

ДЕЙВИД ПАТРИКАРАКОС

ВІЙНА У 140 ЗНАКАХ

#ЯК СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЗМІНЮЮТЬ
ВІЙСЬКОВИЙ КОНФЛІКТ ХХІ СТОЛІТТЯ



ДЕЙВИД ПАТРИКАРАКОС

ВІЙНА У 140 ЗНАКАХ

#ЯК СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЗМІНЮЮТЬ
ВІЙСЬКОВИЙ КОНФЛІКТ ХХІ СТОЛІТТЯ



DAVID PATRIKARAKOS

**WAR IN 140
CHARACTERS**

**HOW SOCIAL MEDIA IS RESHAPING CONFLICT
IN THE TWENTY-FIRST CENTURY**

BASIC BOOKS
New York

ДЕЙВИД ПАТРИКАРАКОС

ВІЙНА У 140 ЗНАКАХ

#ЯК СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЗМІНЮЮТЬ
ВІЙСЬКОВИЙ КОНФЛІКТ ХХІ СТОЛІТТЯ



Yakaboo
publishing

Київ, 2019

УДК 327.8:07](100)

П20

З англійської переклала Ірина Рудько за виданням:

David Patrikarakos. *War in 140 Characters: How Social Media*

Is Reshaping Conflict in the Twenty-First Century – New York: Basic Books, 2017.

ISBN 978-0-465-09614-5

Усі права застережено, зокрема право відтворювати твір повністю або частково.

ISBN 978-617-7544-18-9

Copyright © 2017 by David Patrikarakos

© 2019 Yakaboo Publishing, видання українською мовою

© 2019 Дмитро Муравський, фото

© 2019 Олександра Гребенюк, дизайн обкладинки

Зміст

Подяки	9
Вступ	11
Розділ 1. Громадянин журналіст: історії проти гвинтівок	33
Розділ 2. Солдат: державна скрута та поява <i>Homo digitalis</i>	69
Розділ 3. Офіцер: <i>Militia digitalis</i> виходить на «поле бою»	92
Розділ 4. Facebook-воїн 1: віртуальна держава	129
Розділ 5. Facebook-воїн 2: <i>Homo digitalis</i> на полі бою	155
Розділ 6. Троль: імперія завдає удару у відповідь	177
Розділ 7. Постмодерний диктатор: пригоди, відірвані від життя	203
Розділ 8. Інтерпретатор 1: від спальні до поля бою	221
Розділ 9. Інтерпретатор 2: людина проти суперсили	241
Розділ 10. Рекрут: друзі близько, але вороги ще ближче	267
Розділ 11. Контртерорист: Голіаф проти тисячі рогаток	302
Висновок	333

«Попри те, як фактично розгортаються обставини на місцях, армія оперативників XXI століття виникла для формування та маніпулювання громадським сприйняттям конфліктів. У надзвичайно важливій і своєчасній подорожі автор Дейвид Патрикаракос досліджує наш світ і риторично запитує: “Якщо бомба розірвалася десь у селищі і ніхто цього не затвітив, то чи дійсно це сталося?”. “Війна у 140 знаках” наповнена інсайтами журналістських років, Дейвид вміло простежує переплетення інформації та бойових дій, а також те, що цей перетин означає для майбутнього нашого світу».

*Марк Гудмен, автор бестселера
New York Times «Злочини майбутнього»¹*

«Важлива, дещо страшна книжка, яку побудовано навколо серії захоплюючих нарисів про те, як соціальні медіа змінюють питання війни та миру, підривають концепцію національної держави та ускладнюють пошуки правди. Ще страшнішим є те, що Путін та ISIS, схоже, розуміють і використовують цей новий світ вправніше за Захід і, здається, Трамп воліє наслідувати, а не засуджувати демагогічні стратегії та недобросовісні тактики, які вони застосовують».

*Аластер Кемпбелл, автор і стратег,
колишній директор із комунікацій
і стратегії в уряді прем'єр-міністра Тоні Блера*

«Працюючи в конфліктних зонах Східної Європи та Близького Сходу, Дейвид Патрикаракос у своїх репортажах не обмежується описами місць, які відвідує, людей, з якими зустрічається, і ситуацій, з якими стикається у пошуках повторюваних ознак, що окреслюють новітню форму війни. Допитливо, вдумливо, чудово написана книжка, для кожного з нас. Хочемо ми цього чи ні, але всі ми вже у кібер-траншеях нової глобальної війни та мусимо навчитися воювати і жити в її світі».

*Сергій Плохій, історик, професор Гарвардського університету,
директор Українського наукового інституту Гарвардського університету,
автор книжок «Ялта. Ціна миру»,
«Брама Європи. Історія України від скіфських воєн до незалежності»,
«Козацький міф. Історія та націєтворення в епоху імперій»*

1 Future Crimes: Inside the Digital Underground and the Battle for Our Connected World

Подяки

Як завжди, пишучи книжку, маю довгий список людей, яким завдячую, утім, він не буває достоту повним. Передусім маю висловити величезну вдячність Джону Дженкінсу і Г'юстону Гілмору, істинним науковцям, кожен з яких зробив перерву від власних інтелектуальних пошуків, щоб прочитати рукопис і допомогти суттєво поліпшити його. Ребекка Грейг, одна з найкращих журналісток, яких я зустрічав, присвятила свій час і поділилася навичками редагування, та відповідала на мої нескінченні запитання з безмежним терпінням; текст вийшов набагато досконалішим завдяки її внеску. Алан Рамон Уорд і Брайян Харрис також знайшли час прочитати кілька розділів, за що я дуже вдячний.

Емілю Симпсону, чия робота була для мене великим натхненням, за те, що також виділив час, щоб прочитати рукопис, і за нагоду скористатись його експертною думкою, яка виявилася безцінною.

Вдячність моїм редакторам у Basic Books, Ларі Хеймерт і, звісно ж, Лії Стечер, яка завжди була готова допомогти протягом усього процесу, за її чудові поради та редакторські правки, які я майже скрізь використав у книзі. Моєму агенту Пітерові Робінсону, який також увесь час надавав поради та всебічну підтримку. Написання книжки, що охоплює події від Гази до Сибіру, було складним процесом, ваше незмінне терпіння і наставництво були надзвичайно важливими для того, щоб ця праця дала свої плоди.

Слід також згадати про багатьох людей, які допомагали мені на місцях, від Мохаммеда в Газі до Елі у Франції та Андрея в Росії. Безперечно, саме за їхнього сприяння ця книжка стала такою, якою вона є, і я за це вдячний.

Люсі Коккрофт, яка була невичерпним джерелом підтримки та заохочення, неймовірно дякую. Також вдячний усім співробітникам Café Dipló, де я багато годин працював над цією книжкою. Хлопці, ви чудові. Не можу не подякувати й Крістині Фолтньовій за її швидку роботу, яка часом рятувала цю книжку, дозволяючи мені дістатися туди, куди так важливо було потрапити. Дякую Дейву МакАвою, який допомагав мені з перекладом з арабської мови там, де це було необхідно, і, звісно, всім експертам, з якими я провів низку інтерв'ю і чий роздуми збагатили мої міркування.

Я ніколи не написав би цієї книжки без незмінної підтримки Анни Заїки, якій зобов'язаний багато чим. Дякую, Аню. Дякую також братові Філіпу та моєму батькові, без яких я ніколи не міг би здійснити всі необхідні дослідження. Хлопці, ви мене врятували.

Також маю подякувати моїй матері та Рене за підтримку й доброту, яку вони виказують мені протягом усього життя, дозволяючи мені займатися тим, що робить мене щасливим.

Хочу подякувати редакторам *Mashable*, *New Statesman*, *Foreign Policy*, *Daily Beast* і *New York Times*, які люб'язно дозволили мені використати для книжки витяги зі статей, що я раніше писав для них. Вдячний за можливість писати для них і за допомогу в удосконаленні мого письма протягом багатьох років.

Насамкінець, і, мабуть, найбільше, дякую всім зіркам цієї книжки: дійовим особам, які щедро приділяли свій час, допомагаючи мені розповісти історію ведення війни у XXI столітті та про засадничу роль, що відіграють у ній соціальні медіа.

Дейвид Патрикаракос,
травень 2017

Вступ

5 липня 2014 року:
Окуповане місто Донецьк, на сході України

Я прокинувся і, як завжди, одразу перевіряв телефон. Те, що я побачив, мене вразило: Twitter повідомляв, що українські військові відтіснили проросійських сепаратистів з їхнього опорного пункту в сусідньому місті Слов'янську. Бойовики саме тікали до Донецька — самопроголошеної столиці сепаратистського анклаву. Фото відступу колони, які знімали і твітили перехожі, підтверджували цю історію. Я перевіряв BBC й інші традиційні новинні канали, але не знайшов нічого з цього приводу. Втім правда була очевидною, хоч куди глянь: майже порожні вулиці заблокованого міста. Ніхто не насолоджувався сонцем вихідного дня. Я попрямував до окупованої центральної адміністративної будівлі міста, яка тепер слугувала штаб-квартирою Донецької Народної Республіки (ДНР). Поруч із будівлею пошарпували свої автомати Калашникова кілька татуйованих сепаратистів, які охороняли вхід. Після недбалого огляду мого рюкзака вони дозволили мені увійти. «Не будь свинею. Прибирай за собою», — роздратовано сповіщав напис, приклеєний до колони, що вивисувалася над архіпелагом сміття, розкиданого по вестибюлю будівлі. Я піднявся ліфтом.

У листопаді 2013 року українці вийшли на маніфестації на знак протесту проти відмови Президента Віктора Януковича підписати торговельну угоду, яка зміцнила б зв'язки країни з Європейським Союзом. Це стало відомим

як Євромайдан, народ підіймався та виходив на вулиці, зрештою, змусивши Януковича втекти до Росії наприкінці лютого 2014 року. Тоді країна опинилася на межі громадянської війни. Після падіння Януковича хвилі протестів як «за», так і «проти» нової влади прокотилися сходом України. У березні Росія скористалася нестабільністю на кордоні, щоб анексувати український півострів Крим. Розпалені цією подією, проросійські сепаратисти (за підтримки російських сил) упродовж квітня-травня захопили контроль над кількома східними містами та містечками, зокрема й над Донецьком. Тепер усім журналістам потрібна була офіційна акредитація від прес-служби новопроголошеної ДНР для роботи в місті.

Офіс було розміщено на п'ятому поверсі штаб-квартири ДНР, керувала ним Клавдія, діяльна жінка, яка намагалася організувати інтерв'ю з сепаратистськими чиновниками. Вона пояснила, що інформації про ситуацію обмаль. Підтвердила, що кілька тисяч бійців ДНР на чолі з Ігорем «Стрелковим» Гіркіним, командувачем збройного угруповання сепаратистів, колоною залишили Слов'янськ та прямували сюди, хоча вона й не мала уявлення, де вони зараз перебувають та коли прибудуть. Повідомлення про відступ сепаратистів щойно з'явилися на BBC і CNN. Twitter, вкотре, випереджав новинами основні медіа.

Усі в офісі обговорювали, що може статися в найгіршому випадку. Навпроти письмового столу Клавдії сиділо двоє чоловіків, їм було трохи за 20, один зі скуйовдженим темним волоссям і відвислою щелепою, а другий із волоссям брудно-білявого кольору та з частковою косоокістю. Їхні функції залишилися незрозумілими.

— Який план дій, якщо всі електронні комунікації буде відрізано? — поцікавився темноволосий. — Ми

використовуємо птахів, чи не так?— його друг буркнув на знак згоди. — Нагадай, яких там, — продовжив він. — Курей, лебедів? — Поштових голубів, — прозвучало у відповідь¹.

Через кілька днів мої інтерв'ю були готові, я подав матеріал про нещодавні події. Гортаючи новини в Twitter, я знову бачив, як прокремлівські акаунти вкотре згуртувалися, виставляючи втрату Слов'янська в найкращому можливому світлі. Бойовики не відступали, а просто «стратегічно передислоковувались», битва проти «фашистської хунти» в Києві тривала. Я бачив нападки на колег-журналістів, які повідомляли про відступ сепаратистів, часто з анонімних акаунтів із сильно вираженим проросійським нахилом. Найбільше вражали, як завжди, проросійські дописи, які заливали цей закуток інтернету: історії про українські звірства (фейк про трирічного хлопчика, буцім розіп'ятого українською армією, — особливо яскравий приклад), бездоказові заяви про махінації уряду та інституцій країни².

Проросійські користувачі прагнули продемонструвати нібито фашистську природу української сторони, постячи неправдиві історії про те, як ультраправий «Правий сектор» тероризував єврейське населення Одеси, такі пости мали тисячі ретвітів та репостів³. Я спостерігав не просування пропаганди, а перевинайдення дійсності. І соціальні медіа були основою для викривлення реальності.

- 1 Частини мого вступу спершу було опубліковано в цій статті: David Patrikarakos, «Ukraine's Pro-Putin Rebels Prepare for a Last Stand», Daily Beast, 10 липня 2014 року.
- 2 Див., скажімо, Anna Nemtsova, «There's No Evidence the Ukrainian Army Crucified a Child in Slovyansk», Daily Beast, 17 липня 2014 року.
- 3 Див., скажімо, Anna Nemtsova, «There's No Evidence the Ukrainian Army Crucified a Child in Slovyansk», Daily Beast, 17 липня 2014 року.

Це книжка про війну. Та це також книжка про історії, наративи конфліктів і про конфлікт наративів. Я вперше усвідомив, що природа конфлікту змінилася, коли опинився на сході України навесні 2014 року та збагнув, що Twitter дає оперативнішу інформацію, ніж *New York Times* чи NBC. Особи, а не інституції, стали моїм основним джерелом інформації на місцях. Улітку терористичне угруповання Ісламська держава (знана як ISIS) захопило перші шпальти всіх світових медіа, коли 10 червня захопило друге за величиною місто Іраку, Мосул. У липні Ізраїль розгорнув операцію «Непорушна Скеля», і розпочалася чергова війна у секторі Гази. Як спеціаліст із Близького Сходу я пильно стежив за подіями в регіоні, продовжуючи звітувати з України. Байдуже, що я був у Києві чи Донецьку, далеко від англомовних медіа, — криваве руйнування в Газі було розляпане екранами моїх телефона та ноутбука, на десятках відео та фотографій, які щодня заповняли мої стрічки новин у твіттері та фейсбуці. Ісламська держава далі навісніла в Іраку, і щораз жакливіші картини спливали у постах спостерігачів, учасників та державних організацій. Ніколи дотепер війна не була такою близькою, всепроникною та афективною. Я зрозумів, що соціальні медіа відкрили для індивідуальних користувачів колосальний комунікаційний простір, який дотепер контролювала винятково держава.

Прийшло усвідомлення, що я опинився в розпалі відразу двох воєн: однієї, де на полі бою воюють танками й артилерією, та іншої — інформаційної війни, бойові дії якої переважно розгортаються в соціальних медіа, хоча й не лише там. І, можливо, всупереч очікуванням, важливіше було, хто переможе у війні слів та наративів, аніж хто мав найпотужнішу зброю. Я також зрозумів, що інформаційний наступ Кремля стосовно подій на сході України, передусім

орієнтований на невдоволених громадян Східної України, був також, як і потоки публічної інформації Армії оборони Ізраїлю (АОІ), ХАМАСу й Ісламської держави, націлений і на світову аудиторію, а не зорієнтований суто на «вороже» населення, як раніше було заведено у воєнний час.

Об'єднане командування збройних сил США визначає так звану гібридну війну, яку в традиційних інституціях розглядають як новітній етап розвитку конфлікту, як війну, яка «одночасно й адаптивно використовує гнучке поєднання традиційних, нестандартних, терористичних та злочинних засобів або дії в оперативному бойовому просторі»⁴. Те, що бачив я, виходило за межі цього визначення, — це здавалося цілковито новим видом війни. У її осерді дещо виділялося особливо: надзвичайна здатність соціальних медіа наділяти простих людей — часто тих, хто не воює, — силою змінювати хід бойових дій та дискурс навколо них.

Кожен, здавалося, тепер міг бути у війні дійовою особою. Я зрозумів, що став свідком своєрідної форми масового віртуального призову. Показово, що з-поміж восьми головних персонажів цієї книжки четверо — жінки, а троє — цивільні. Війна, яка протягом тисячоліть була майже винятково чоловічою справою, відкривається в раніше небачений спосіб. У грудні 2016 року семирічна сирійська дівчина, Бана Алабед, потрапила в заголовки світових новин, зробивши допис у Twitter про руйнування, яких завдав сирійський президент Башар аль-Асад її рідному місту Алеппо. Її твіти, написані недосконалою англійською, мали більший вплив на дискусію навколо громадянської війни в Сирії, аніж державна пропаганда⁵.

4 Brian P. Fleming, «Hybrid Threat Concept: Contemporary War, Military Planning and the Advent of Unrestricted Operational Art», Командно-штабний коледж армії США, 19 травня 2011 року.

5 Див., скажімо, Juliet Samuel, «Searching for the Truth in the Rubble of

Я вирішив написати цю книжку, лежачи на ліжку в похмурій кімнаті готелю «Рамада» в Донецьку та слухаючи звуки обстрілу на околицях міста. Я зблизька бачив сучасну війну, і стара парадигма її розуміння нині, вочевидь, не дієва. Нам потрібна нова концептуальна основа, яка враховуватиме зміни, що внесли соціальні медіа в способи ведення, висвітлення та сприйняття війни. Ми маємо ліпше зрозуміти війну XXI століття.

У цьому столітті, «якщо ми хочемо миру, потрібно не готуватися до війни — потрібно її переосмислювати», — пише Еміль Симпсон, автор книги «Війна з нуля: боротьба XXI століття як політика»⁶ та колишній британський солдат, який три строки відслужив у Афганістані⁷. Мій досвід війни в Україні та моє дослідження конфлікту в секторі Гази, а також піднесення Ісламської держави змусили мене до цього і відкрили для мене три тенденції. По-перше, влада перейшла від ієрархій чи інституцій до окремих громадян і спільнот. По-друге, війна наративів, мабуть, стає важливішою за фізичне військове протистояння. І по-третє, конфлікти, які я розглядав, не були «традиційними» війнами між державами. Натомість сучасний конфлікт розгортається або між державою та недержавним суб'єктом (як, скажімо, Ізраїль і ХАМАС чи Ірак та Ісламська держава) або інсує десь у розмитому просторі на перетині війни та миру (те, що я спостерігав в Україні).

Мислення XX століття щодо збройного конфлікту багато в чому базується на ідеях прусського військового теоретика Карла фон Клаузевіца, який вважав, що війна — це щось на зразок відкритої військової боротьби між суверенними

'Fake News' from Aleppo», Telegraph, 18 грудня 2016 року.

6 War From the Ground Up: Twenty-First Century Combat as Politics.

7 Emile Simpson, «War and Peace in the Age of the Smartphone», Newsweek, 13 липня 2014 року.

державами. Поле битви було чітко окреслене, як боксерський ринг, і ворог був очевидний. Нескладно визначити, хто одержить перемогу, і щойно її досягнуто, переможець нав'язує переможеному свою політичну волю. Розгром Німеччини в Першій світовій війні й Версальський договір дають ідеальний (хоча й кричущий) приклад цього процесу.

Ми живемо в системі безпеки пост-1945, яку створено, щоб регуляторно виключити можливість розв'язання нової війни⁸. Після жорстокості Другої світової серед великих держав існувало майже одностайне прагнення встановити міжнародний порядок, за якого застосування сили між великими державами було би практично неможливим. Саме з цією метою постали такі організації, як Європейський Союз та Організація Об'єднаних Націй. Поява ядерної зброї також ускладнила для держав процес примусу зовнішніх ворогів, через острах можливої ескалації. Тож безпековий порядок пост-1945 призвів до зниження кількості міждержавних конфліктів і майже цілковите викорінення (відкритої) війни між двома великими державами. Проте прагнення боротьби передує самій цивілізації — регуляторно звести його нанівець неможливо. Війна, як вірус, змушена мутувати, аби вижити.

Форми війни, які визначив Клаузевіц, звісно, існують ще й досі. У Шрі-Ланці, як зазначає Симпсон, влада, використовуючи воєнні методи, розгромила свого повсталого супротивника — тамільських тигрів — і змусила їх до переговорів⁹. Те, що я спостерігав від України до Гази й Іраку, є поступовою ерозією того типу війни на користь розмитіших, неозначеніших конфліктів. Російський президент

8 Інтерв'ю автора з Дейвидом Бетцем, Лондон, 23 березня 2016 року.

9 книжка «War and Peace in the Age of the Smartphone».

Владімір Путін зовсім не був зацікавлений перемогти Україну у військовому сенсі (що він легко міг би зробити) та змусити її прийняти анексію сходу України Росією. Так само Ізраїль не мав наміру перемогти ХАМАС у військовому сенсі (що він також легко міг би зробити) та змусити угруповання нарешті прийняти існування Ізраїлю. З Ісламською державою я також спостерігаю нову форму конфлікту. На відміну від терористичних угруповань, які існували раніше, єдиною вимогою ІД є те, щоб Сирія й Ірак, а потім решта країн Близького Сходу і не лише вони, розформували свої держави та приєдналися до самопроголошеного халіфату Ісламської держави—що, очевидно, не підлягає обговоренню. Відтак, конфлікт неможливо вирішити перемовинами. Без абсолютної перемоги (в цьому випадку йдеться про практичне винищення) однією стороною іншої конфлікт ніколи не буде вичерпано.

Клаузевіц зауважував, що війна є веденням політичної лінії іншими методами, але щодо України конфлікт став політичною практикою. Замість перемогти Україну у військовому сенсі, Москва, здається, найбільше переймалася тим, щоб українці на сході купилися на політичний наратив про те, що влада в Києві—це «фашистська хунта», яка переслідувала російськомовних українців. Оскільки кінцева мета Москви полягала не в розгромі України, а в її дестабілізації, для цього потрібно було розділити населення країни. По суті, військова мета була політичною. Якщо традиційно під час війни, за допомогою інформаційних операцій підтримують воєнні дії на полі бою, то в Україні було зрозуміло, що бойові дії на місцях мали на меті підкріпити інформаційні операції на телебаченні й у кіберпросторі. Кордони між політикою та війною, як мені здалося, стали розмитими, а кордони між війною та миром—і поготів.

Залишивши Україну, я розшукував Еміля Симпсона, який сказав мені, що під час його перебування в Афганістані головною метою коаліційних сил стало не перемогти Талібан військовою перевагою, а переконати тамтешнє населення не приєднуватися до бойовиків. «Війна, як ми традиційно її розуміємо, як воєнне протистояння протилежну миру, ще й досі існує, — пояснив він. — Проте загальна тенденція, якою рухає інформаційна революція, відійшла від цієї парадигми у бік неозначених, мережевих конфліктів, які лежать у сірій зоні між війною та миром»¹⁰.

Симпсон підтвердив те, що я вже помічав: змінилася не практика війни — солдати ще й досі стріляють у солдатів, танки так само стріляють по танках, — змінився контекст, у якому це відбувається. Американський міністр оборони генерал Джеймс «Скажений пес» Меттіс мав рацію, коли заявив, що «Алекс Македонський не був би анітрохи заскочений ворогом, з яким ми стикаємося зараз в Іраку»¹¹. Та це твердження стосується незмінного досвіду боротьби, а не перемінного контексту, в якому зараз ведуть війну, і який до невпізнаності змінили інформаційна революція, та швидкість і взаємопов'язаність, які вона принесла світу¹².

Ба більше, Симпсон визначає «комунікацію примусу», як дуже важливий елемент війни, оскільки концепція поразки завжди передбачає політичне послання, нав'язане переможеному: поразка складається з прийняття програшу та послідовного прийняття умов переможця¹³. Основною відмінністю між традиційною та сучасною

10 Скайп-інтерв'ю автора з Емілем Симпсоном, 19 листопада 2014 року.

11 Geoffrey Ingersoll, «General James 'Mad Dog' Mattis Email About Being 'Too Busy to Read' Is a Must-Read», Business Insider, 9 травня 2013 року.

12 Скайп-інтерв'ю автора з Емілем Симпсоном, 19 листопада 2014 року.

13 Міжнародний інститут стратегічних досліджень «Neither War nor Peace: Why the Information Revolution Makes 'Forever Wars' a New Normal», YouTube, 26 листопада 2014 року, <https://youtu.be/OAR34uz3pIE>.

війною є ступінь, з якою комунікація примусу намагається досягти політичної мети військовою перемогою на полі бою. У Шрі-Ланці це було очевидно: після відкритих збройних протистоянь переможець нав'язав свою волю переможеним. Однак на час написання цієї книжки військовий конфлікт в Україні залишається «замороженим», таким, що існує ані в стані відкритої війни, ані в стані справжнього миру. Й у відповідь союзники України на Заході скористалися взаємопов'язаним, глобалізованим світом, щоб посилити «комунікацію примусу» проти Росії (як-от фінансових санкцій), в обхід прямих бойових дій. Ступінь глобальної фінансової інтеграції сьогодення означає, що можливість воювати через невійськові засоби ніколи ще не була потужнішою. Межі між війною та миром стираються, і цей новий статус-кво загрожує міжнародній стабільності. Якщо війна дедалі повсюдніше перетворюється на політичну (а також супутню економічну) практику, то не вона матиме означеного завершення, оскільки політика не закінчується ніколи. Відтак розмитіші конфлікти, які ми спостерігаємо сьогодні, мають набагато більші шанси поволі розгорнутися в повноцінну війну за участі багатьох держав. Я вважаю, що зараз загроза широкомасштабної війни реальніша, ніж світ зазнавав будь-коли після 1945 року. Холодна війна, що виникла по завершенні Другої світової війни, базувалася на балансі між двома єдиними супердержавами світу—Радянським Союзом і Сполученими Штатами Америки, який загалом забезпечував (звісно, непростий) мир або принаймні нівелював загрозу великої війни між кількома державами. Той світовий порядок уже не існує—і глобалізований світ, який прийшов на його зміну, спричинив нові виклики у сфері конфліктів.

Спричиняють ці виклики не просто глобалізація й інформаційна революція, а саме соціальні медіа та мережеві технології. За даними дослідників аналітичного центру Емерсона Т. Брукінга та П. В. Сингера, близько 3,4 мільярда осіб зараз користуються інтернетом. Щодня вони твітять близько 500 мільйонів дописів і завантажують майже сім годин відеоматеріалів на YouTube на секунду 66 різними мовами. Facebook має 1,7 мільярда активних акаунтів, що робить його «населення» більшим, аніж у Китаї, а Twitter і Facebook є платформами, з яких більшість американців дізнається новини. Дійсно, 59% американських користувачів Twitter покладаються на цей сервіс для відстеження новинних подій у реальному часі¹⁴. І ніде події не розгортаються так драматично і швидко в реальному часі, як у часи війни.

Вихідною позицією цієї книжки є те, що соціальні медіа допомогли зруйнувати традиційну ієрархію інформації та медіа, і таким чином спричинили появу нового типу «суперпідсилених індивідуумів», поєднаних у глобально пов'язані та потужніші ніж будь-коли мережі, — унікального явища XXI століття, яке я називаю *Homo digitalis*¹⁵. Зрештою соціальні медіа безповоротно змінили спосіб ведення, висвітлення та сприйняття війни. Я використовую визначення соціальних мереж Андреаса М. Каплана

14 книжка «LikeWar: The Weaponization of Social Media»

15 Цей термін придумали до мене, і на ньому базується деяка література в технологічних колах. Дійсно, навіть є книжка під такою назвою; див. *Natasha Saxberg Homo Digitalis: How Human Needs Support Digital Behavior For People, Organizations And Societies* (Amazon Digital Services LLC, 22 липня 2015 року). Однак із того, що я можу сказати, цей термін не застосовують широко; визначення йому я дав самостійно, і моє застосування цього слова не походить із жодної іншої літератури. Як мені відомо, я перший, хто застосував цю концепцію щодо війни.

і Майкла Ганлейна: вони визначають їх, як «групу інтернет-застосунків, побудованих на ідеологічних і технологічних основах Web 2.0 і які дають змогу створювати та обмінюватися користувацьким контентом»¹⁶. Простіше кажучи, Web 2.0 описує веб-сайти, що спираються передусім на контент, який можуть створювати самі інтернет-користувачі: приміром, дискусійні форуми, месенджери, пости, відео тощо, — використовуючи онлайн-сервіси, як-от веб-сайти соціальних медіа чи блогів. На противагу першому поколінню веб-сайтів, які зводили користувацький досвід здебільшого до пасивного перегляду пропонованого контенту.

Національна держава ХХ століття традиційно посідала першість у двох сферах, які породжували більшість її впливу: мала фактичну монополію на застосування сили та домінуючий контроль над інформаційними потоками¹⁷. Web 2.0 наділив людей двома визначальними можливостями підриву урядової влади: по-перше, вони самі можуть активно створювати контент на платформах соціальних медіа з практично безперешкодним доступом, і по-друге, за допомогою цих форумів вони можуть формувати транснаціональні мережі. Обидві ці здатності дають їм змогу виконувати роль, яка традиційно належала національній державі, і впливати на перебіг подій в усьому світі. Я познайомився з Алеком Россом у його будинку в Балтиморі. Він — колишній старший радник із питань інновацій екс-держсекретарки Гіллари Клинтон, і зміг однозначно пояснити мені цей феномен.

16 Jose van Dijck. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (Нью-Йорк: Oxford University Press 2013).

17 Див., скажімо, Parag Khanna, *Dismantling Empires Through Devolution*, Atlantic, 24 вересня 2014 року.

Мені здається, що коли більшість людей говорить про зсуви геополітичної влади, то має на увазі географічний перерозподіл, де влада переходить із Заходу на Схід, від Сполучених Штатів і Європи до Азії, або з глобальної Півночі на глобальний Південь. Нині правда це, чи ні є дискусійним питанням, але я не думаю, що підлягає сумнівам те, що влада переходить від ієрархій до громадян і мереж, а технології призводять до цього зміщення влади, — де ієрархією є національні держави, великі медіа-організації тощо. Можливості, колись відведені виключно для великих медіа-організацій чи національних держав, раптом стали доступними мережам звичайних людей¹⁸.

Росс мав рацію. Немислимо, що повстання Арабської весни 2011 року, які почалися, коли туніський вуличний торговець на ім'я Мохаммед Буазізі підпалив себе у відповідь на утиски з боку поліції 4 січня 2011 року, могли розгорнутися без соціальних медіа. Кадри, зняті на телефони й завантажені на соціальні медіа-платформи, підняли жорстокі демонстрації, що призвели до повалення президента Зіна Ель-Абідіна Бен Алі всього за десять днів потому. Зображення поширилися за кордони, спонукавши заворушення в Єгипті, народ якого піднявся та скинув диктатора Хосні Мубарака. Незабаром демонстрації відбулися також у Сирії. Саме під час Арабської весни вперше було виявлено *Homo digitalis*.

Особливо небезпечний *Homo digitalis* для авторитарних держав, які навіть більше, ніж ліберальні демократії

18 Інтерв'ю автора з Алеком Россом, Балтимор, 26 червня 2015 року. Елемент зв'язку є ключем до серця нових соціальних медіа, тому я також класифікую мережеві технології, як-от Skype і WhatsApp, як соціальні медіа, оскільки вони забезпечують транснаціональні миттєві з'єднання як вербальні, так і візуальні, не обов'язково використовуючи підсилення або мовлення.

покладаються на контроль інформаційних потоків. Не маючи монополії на ці потоки, держави вже не можуть демонструвати владу (особливо в ситуаціях війни або протесту) так, як це було можливо раніше. І оскільки ці нові форуми соціальних медіа структурно більш рівноправні, багато хто захоплюється образом інтернету як досконалого інструменту проти тиранів.

Цю ідею автор Євген Морозов називає «кібер-утопізмом» — переконанням, що «інтернет сприяє пригнобленим, а не гнобителю... наївна віра у визвольний характер онлайн-спілкування, що спирається на вперту відмову визнати його негативний бік ... [не визнаючи], як авторитарні уряди послуговуватимуться інтернетом... яким корисним він виявиться для пропагандистських цілей, як майстерно диктатори навчатися використовувати його для нагляду, і якими просунутими стануть новітні системи інтернет-цензури»¹⁹. В Україні правдивість його слів була очевидно: тимчасом як українці постили фотографії російської військової техніки, що порушувала кордон, Росія використовувала ті самі платформи для поширення свого контр-наратива. *Homo digitalis* може кинути виклик державі, але держава завжди йому протистоятиме.

Нові медіа розширили арену конфлікту на віртуальний світ, де вона стає так само «реальною», як і бої на землі. Хай хто ви є — президент, солдат чи терорист, якщо ви не розумієте, як ефективно застосовувати силу нових медіа, то можете виграти випадкову битву, але програєте війну XXI століття або принаймні більшу її частину.

Розуміння цієї ідеї є вкрай нагальним. Це кліше, але й правдиве твердження, що національна держава

19 «The Net Delusion: How Not to Liberate the World», Evgeny Morozov, (London: Allen Lane, 2011).

XX століття мертва. Одначе важливо пам'ятати, що національна держава була нетиповою у своїй централізації, особливо її здатністю контролювати інформаційні потоки, заохочуючи людей переглядати телеканали, читати газети та слухати радіо, які санкціонувала держава. Створюючи нові простори, які дають людям змогу спілкуватися за межами традиційних державних ієрархій зв'язку, соціальні медіа-платформи породили політичний розворот: регресію від централізованих моделей комунікації до хаотичніших мережевих ефектів минулого. До появи національних держав XX століття державність була слабшою та децентралізованішою (1860 року, скажімо, лише половина населення Франції говорила французькою як основною мовою)²⁰. Це призвело до дестабілізації класичних форм війни. «Нові війни», свідком яких я був, у своїй плинності та хаосі більше нагадували, здавалося, війни раннього нового періоду, коли держави ще не були такими централізованими та потужними, як сьогодні, а не війни XX століття²¹.

Як зауважив Алек Росс із свого досвіду роботи в Білому домі: «Я вважаю, що інтернет є найруйнівнішою силою для суверенної національної держави звідтоді, як саму її концепцію впровадили Вестфальським договором 1648 року. Я не думаю, що інтернет зітре з лиця землі міждержавні війни, проте він за своєю суттю є антидержавним».

Цього разу Росс також має рацію. Те, що я пережив в Україні і побачив в Ізраїлі з піднесенням Ісламської держави, було спроможністю не лише будувати, а й руйнувати мережі. Соціальні медіа, водночас об'єднують і розділяють. Я був свідком того, як вони об'єднують людей на

20 Про Францію 1860 року: скайп-інтерв'ю автора з Ніколасом Райтом, 1 липня 2016 року.

21 Для повного обговорення див. Mary Kaldor, «New and Old Wars: Organised Violence in a Global Era», 3rd edition. (London: Polity, 2013).

підтримку України, але й спостерігав, що ті самі платформи дедалі відділяють українців на сході від їхніх співгромадян у Києві. Як Facebook і Twitter одночасно об'єднували єгиптян проти Мубарака, так ті самі інструменти тепер розділяють коптів, салафістів і Мусульманське братство в Єгипті, оскільки соціальні медіа наділили їх усіх правом голосу, і нині те, що вони позбавлені спільного ворога, виводить на передній план старі сектантські конфлікти.

Соціальні медіа руйнують єдність і розділяють людей двома хитрими способами. Перший є очевидним: соцмережі зіштовхують опонентів лобами, оскільки у Facebook і Twitter набагато простіше здійснювати безпосереднє залучення (і, отже, конфронтацію) між таборами, які ворогують, особливо під час таких криз, як війна. Другий спосіб — підступніший. Більшість молодих американців тепер отримує новини з соціальних медіа²². І те, що вони бачать, залежить від того, хто в них у друзях, чиї дописи вони відстежують, і від того, який контент ці люди публікують. Соціальні медіа-платформи не є неупередженими, це капіталістичні підприємства, створені, щоб заробляти гроші на своїх користувачах. Коли ми ховаємося в онлайн-бульбашки френдів і фоловерів однодумців, які постять контент, що нам до вподоби, то алгоритм Facebook прораховує і пропонує нам ще більше контенту, який згідно з нашими онлайн-звичками нам подобається. Ця система призначена втримувати нас на своїх форумах якомога довше, аби компанії мали змогу рекламувати нам конкретні продукти на основі того, що за їхніми підрахунками нам до вподоби.

Це призводить до того, що нам відоме як «гомофілія» (що означає буквально «любов до подібного»), в якій людей тягне

22 Скайп-інтерв'ю автора з Ніколасом Райтом, 1 липня 2016 року.

до однодумців, які підтверджують їхній світогляд, який ще й підсилюється алгоритмом, що пропонує їм бажаний контент. Десять років тому і проізраїльські, і пропалестинські прихильники дивилися CNN (із його стандартами неупередженості та об'єктивності). Тепер кожна сторона отримує новини з власних улюблених джерел, які пересмикують наявні опінії. Результатом є гомофілія з обох сторін, яка підсилює упередження та розпалює ненависть до іншого. Відтак поділ зростає і війна розгоряється стрімкіше.

Історія свідчить, що з кожним етапом еволюції інформаційних технологій настає період великої нестабільності, що часто призводить до конфлікту. Винайдення друкарської машини у XV столітті спричинило релігійні війни в Європі. Коли уможливилось масове видання Біблії, яку, відповідно, переклали з латинської мови на національні мови держав, католицька церква вже не була єдиним посередником між Святим писанням і людьми. Кожен міг по-своєму інтерпретувати писання—і зав'язалася війна. У 1920-ті роки відбувалося масове поширення радіо, яке, лише через десятиліття, дало демагогам 1930-х років платформи для розквіту, що зрештою спричинило Другу світову війну. В листопаді 2016 року відбулося обрання Доналда Трампа, можливо, найбільшого демагога серед кандидатів у президенти Сполучених Штатів в історії, який використовував Twitter як один з основних інструментів передвиборчої кампанії. Як друкарський верстат, а потім радіо й телебачення, соціальні медіа відкрили нові простори для спілкування, але ступінь децентралізації передачі інформації означає, що держава має щораз меншу можливість нав'язати єдине тлумачення подій. Це одночасно й добре, оскільки приносить більшу прозорість, проте й погано, позаяк дестабілізує. Оскільки соціальні медіа роблять майже

кожну дію видимою через дописи чи твіти (особливо у воєнний час), як уряди, так і традиційні медіа, поступаються своєю роллю хранителів інформації на користь подачі розмаїтих інтерпретацій тих самих подій і поширення відвертої брехні.

Проблема, з якою ми зараз стикаємося, двобічна: кордони між політикою та війною ніколи не були такими розмитими, а політика — такою нестабільною. Розквіт соціальних медіа, які за своєю суттю є дестабілізуючими, збігся в часі з кризою Заходу, який, починаючи з 2000-х років, переживає системну дискредитацію великих інституцій. У 2003 році провідні західні політики створили коаліцію у війні проти Іраку, щоб вилучити зброю масового знищення, якої не існувало. 2008 року безвідповідальні тактики фінансового сектору Заходу призвели до Великої рецесії. Викриття Едвардом Сноуденом 2013 року того, що Агентство національної безпеки США шпигувало за власними громадянами, ще більше підірвало репутацію безпекових установ. Разом із давнім трендом зниження довіри до традиційних медіа в Європі та Північній Америці, поєднання цих тенденцій створило середовище широкої недовіри до «установ», яке дало змогу націоналістичним демагогам, як Герт Вілдерс у Нідерландах і Марін Ле Пен у Франції, піднятися по всій Європі, а Трампу виграти президентство США. Суголосно з цими трендами поглиблювались постмодернізм у наших академічних інституціях і відсутність віри в осяжну «об'єктивну правду», що стало сприятливим середовищем для брехні як Кремля, так і Трампа. Ми живемо в часи постмодерну, які породжують постмодерні політику та війну. Навряд чи тенденція до регресії та хаосу в нашому житті колись була вираженою яскравіше, ніж тепер.

Наприкінці 2016 року «постправду» визнали словом року відповідно до Oxford Dictionaries. Її визначили як щось, «що стосується або позначає обставини, в яких об'єктивні факти мають менший вплив на формування громадської думки, ніж апеляція до емоцій і особистих переконань»²³. Це підсумовує рік, коли було підраховано, що Доналд Трамп став найбрехливішим кандидатом у президенти Сполучених Штатів у новітній історії. Це також і рік кампанії Брекзит, — виходу Британії зі складу ЄС, яка багато в чому базувалася на суміші дезінформації та напівправди. За словами президента Oxford Dictionaries Каспера Грасвола: «Не дивно, що наш вибір відображає домінування високозарядженого політичного і соціального дискурсу того року. Підживлювана піднесенням соціальних медіа, як джерела новин, і зростаючою недовірою до фактів, проголошуваних установами, постправда як концепція, вже протягом певного часу відшукувала своє мовне підґрунтя»²⁴.

Ціна цих процесів очевидна. Саме значення правди на багатьох рівнях змінюється в сучасній політиці і, що небезпечніше, у вимірі конфлікту. По-перше, загибель ідеї «об'єктивної істини» дає Росії змогу за допомогою пропаганди підірвати довіру до всіх джерел правди, сприяючи проникненню фейків у новини реальні. По-друге, соціальні медіа посилюють як об'єднувальні, так і роз'єднувальні сили у формуванні інформації: історії зазнають вірусного поширення, проте виникають, також, і нескінченні версії подій та інформаційне перевантаження — і те, і те розтягує правду, як гумку. По-третє, визначення історії змінюється:

23 Alison Flood, «'Post-Truth' Named Word of the Year by Oxford Dictionaries», Guardian, 15 листопада 2016 року.

24 Там само.

тепер допис у Twitter може бути самою історією, а не лише засобом її розкриття. Нарешті, постають нові правила, і за *Homo digitalis* часто стоїть держава. Цим пояснюють такі геополітичні явища, як Арабська весна і злет терористичного угруповання Ісламська держава, які були би просто неможливими 15 років тому.

Ось чому зараз необхідно вивчити мінливий характер ведення війни. Напередодні Першої світової війни жодна з великих держав не хотіла конфлікту, але вони втягнулися у конфлікт через прорахунок і помилку. Усе, що я пережив в Україні та побачив у секторі Гази й у піднесенні Ісламської держави, змушує мене вірити, що ми, можливо, знову рухаємося в цьому напрямку. Для політиків, урядовців і громадськості однаково важливо терміново та нагально розібратися, як змінився конфлікт: війна ХХІ століття вимагає відповіді ХХІ століття. Ця книжка є частиною відповіді.

Я здолав тисячі кілометрів трьох континентів, щоб описати, як *Homo digitalis* по-новому визначають конфлікт ХХІ століття. Кожна окрема історія висвітлює актуальну тему. Починаючи з війни Ізраїлю 2014 року проти ХАМАСу, у перших розділах я розглядаю архетипову асиметричну війну ХХІ століття, яка штовхає державу у протистояння з недержавним суб'єктом, і досліджую, як сила *Homo digitalis* може кинути виклик демократичній державі, просуваючи потужні наративи, а також спроби, в які держави борються за допомогою власних наративів. Тут розкривається гостре протистояння між індивідуальною автентичністю й інституційним корпоративізмом, як і між різним впливом візуальних і вербальних повідомлень і щораз обмеженіша здатність медіа виступати хранителями інформації, що просочується із зон бойових дій.

Потім я переходжу до українсько-російської війни, де докладно описую каламутний світ конфліктів сірої зони, де реальність переосмислюють на догоду диктаторові нового виду. У відповідь *Homo digitalis* використовує силу соціальних медіа як для безпосереднього впливу на перебіг боїв, так і (за тисячі кілометрів) задля впливу на війну на рівні наративів, використовуючи нові слідчі інструменти для швидшого й ефективнішого розпізнавання істини у воєнний час, ніж демонструють навіть розвідувальні установи. Нарешті, я рухаюся до кульмінації конфлікту ХХІ століття: сюрреалістичної жорстокості та хаосу Ісламської держави, що підживлюється темним боком сутності *Homo digitalis*, і здатності Ісламської держави використовувати соціальні медіа для радикалізації та вербування — швидкого і транснаціонального. І на цьому тлі в усій красі постають недоліки склеротичних державних бюрократій у боротьбі з безпрецедентним обсягом і складністю пропаганди угруповання. Також зважаймо на винуватість традиційних медіа в пропагандистській битві Ісламської держави та на капіталістичну природу підприємств соціальних мереж, які де-факто уможливають віртуальну війну. У цих розділах я розгляну чимало інших тем, щоб змалювати інтимний і детальний портрет війни ХХІ століття, а також людей і технологій, які її видозмінюють.

Розділ 1.

Громадянин журналіст: історії проти ґвинтівок

Перше, що ви помічаєте в Газі—це діти: вони граються на дорогах, їздять на велосипедах, бігають верескливими обірваними зграйками, буцають футбольні м'ячі або просто сидять на тротуарах¹. Іноді вони мляво просять перехожих підкинути їм дріб'язок. Багато хто вбраний у клубні футболки відомих футбольних гравців. Імена незбагнено багатих суперзірок на хирлявих спинах ніби глузливо натякають на життя, якого ці діти ніколи не матимуть, і шанси, яких вони ніколи не отримають.—Іронія така ж ядуча, як всюдисуща пилюка. Автівки метушаться з підворітні в підворітню. Віслюки, упряжені у візки з погоничами, виключно чоловіками середнього віку, маневрують між машинами, перевозючи сільськогосподарську продукцію центром міста. Продаючи фрукти та овочі, ці торговці складають суттєву частину економіки Газі. Роздратовані водії сигналять до неквапних віслюків, які чимчикують напіввимощеними за рахунок грошей Саудівської Аравії

1 Перші абзаци цього розділу частково взято зі статті, яку я написав для Foreign Policy: «Hamas Is Ready for War with Israel», 7 червня 2016 року.

та Катару дорогами: поєднанням ям і латок гладкого цементу. Чи гроші ще недоотримали, чи вже розікрали корумповані чиновники — незрозуміло.

Наразі ви вже усвідомлюєте, що потрапили до місця, яке відрізняється від будь-якого іншого на Землі. Я ввійшов через пропускний пункт Ерез, бетонний моноліт, що відокремлює контрольований рухом ХАМАС сектор Гази від Ізраїлю на заході. Минувши ізраїльський контрольно-пропускний пункт — це така собі послідовність будок охорони та обертових турнікетів — я проходжу приблизно півтора кілометра через відкритий коридор, позначений колючим дротом. Обабіч через сітку колючого дроту я бачу краєвид: яскраво-зелені чагарники, трохи піску, каменючка та пилюки. Я мінаю два бетонних блоки, зіпсованих синім графіті арабською. На одному з блоків написано *al-quds intifada* (слова буквально означають «Єрусалим» і «тремтіння») — мається на увазі повстання, яке палестинці організували у Газі й на Західному березі ріки Йордан² проти Ізраїльської окупації. На іншому просто виведено «Палестина».

Я опиняюся на боці Гази. Ненависть між Ізраїлем та палестинським рухом опору ХАМАС, який наразі контролює сектор Гази, така сильна, що сторони навіть не мають двосторонніх контрольно-пропускних пунктів, і я проходжу через один, яким завідує ФАТХ, офіційна партія Палестинської визвольної організації, що контролює Західний берег. Ряди синіх пластикових стільців розставлено нерівною бетонною долівкою. Я пробіраюся до стійки реєстрації, щоб пройти перевірку документів. Поблизу

2 Регіон Західний берег річки Йордан — територія історичної області Палестини, зараз частково підпорядкована Палестинській національній адміністрації та переважно контрольована Ізраїлем.

розташований торгівельний автомат, що продає Pepsi в баночках. Мене пропускають, і я виходжу в задущливу спеку, аби зловити таксі до неприступнішої брами: контрольного пункту ХАМАСу. Тут я зустрічаюся з моїм провідником Мохаммедом, міцним кременезним чоловіком— його тіло є результатом багатьох годин, проведених у тренажерній залі. Мохаммед має контакти в ХАМАСі, й після радше поверхневого інтерв'ю мене все-таки пропускають.

Це частина світу з карколомною історією: 1947 року резолюція Організації Об'єднаних Націй розділила Палестину на єврейську й арабську держави (а також на третю міжнародну зону з Єрусалимом і прилеглими територіями). Наступного року Ізраїль офіційно оголосив про свою незалежність на території, яку виділила йому ООН. Коаліція з п'яти арабських країн негайно вторглася до нової єврейської держави, намагаючись придушити її ще при народженні. У ході бойових дій, що розгорнулися внаслідок вторгнення, ізраїльські війська захопили значні території й розширили кордони Ізраїлю. Однак тоді ізраїльтянам не вдалося взяти під контроль дві історичні області Палестини— Західний берег річки Йордан, яким володіла Йорданія, і сектор Гази, що його контролював Єгипет. Через два десятиліття, під час Шестиденної війни 1967 року, Ізраїль захопив обидві території.

У 1987 році палестинці розпочали інтифаду (повстання) проти окупації двох їхніх територій, під час яких власне й постав ісламістський рух ХАМАС. Відкидаючи мирові Угоди в Осло³ 1990-х років, ХАМАС атакував Ізраїль низкою

3 Йдеться про угоди 1994–1995 років, укладені між Ізраїлем та Організацією визволення Палестини, внаслідок секретних переговорів, що проходили в Осло 1993 року з метою врегулювання ізраїльсько-палестинського конфлікту. Домовленості передбачали, зокрема, взаємне визнання держав, припинення бойових

терористичних акцій бойовиків-смертників. Коли перемовини в Осло зазнали краху, розгорнулася друга інтифада, кривавіша за першу, вкривши Ізраїль хвилею підривів терористів-смертників, в якій ХАМАС виконував провідну роль. Ізраїль продовжує утримувати Західний берег, але в серпні 2005 року ізраїльський прем'єр-міністр Аріель Шарон примусив вивести всі єврейські поселення з Гази. У 2006 році ХАМАС переміг на палестинських виборах і почав панувати над смугою Гази.

Газа унікальна. Завбільшки лишень 365 квадратних кілометрів, вона є домівкою для 1,82 мільйона осіб. Вона також перебуває під блокадою і Єгипту, й Ізраїлю, хоча Ізраїль дозволяє надання гуманітарної допомоги. Коли ХАМАС контролював цю територію, то постійно обстрілював Ізраїль ракетами з Гази, а також відправляв через кордон терористів-камікадзе. Ізраїль вважає це серйозною терористичною загрозою. Лишень за кілька днів до того, як я приїхав, бомба вибухнула в автобусі в Єрусалимі, поранивши 21 особу, зокрема двох — критично важко⁴. ХАМАС визнав, що винуватець, Абу Шрур, був членом їхньої організації⁵.

Мохаммед водить швидко. Зовсім трохи, й ми в місті Газа. Воно метушливе й кишить, як типовий арабський мегаполіс. Магазини залюднені. Банани та яблука, а також фалафель і курка, фарширована рисом, — традиційні страви Гази — все на виду. На тлі такої жвавості місто пошарпане війною 2014 року між ХАМАСом та Ізраїлем. Цей

дій та вирішення конфліктів мирним шляхом і, згодом, тимчасовий мирний розподіл територій Західного берега річки Йордан та сектора Гази між Ізраїлем та Палестинською національною адміністрацією.

4 Peter Beaumont and Harriet Sherwood, «Jerusalem Rocked by Bomb Explosion on Bus», *Guardian*, 18 квітня 2016 року.

5 «Israel Says Jerusalem Bus Bombing Was Hamas Suicide Attack», *BBC News*, 21 квітня 2016 року.

конфлікт тривав 51 день і був кривавим. Близько 2300 мешканців Гази було вбито, близько 10 тисяч осіб поранено, 66 ізраїльських солдатів і шість ізраїльських цивільних осіб загинуло, а потім ще 469 солдатів і 87 мирних мешканців зазнали поранень. Запустіння впадало в око. Руйнування маркувало міський пейзаж. Тимчасом як багато зруйнованих будівель було відновлено, на багатьох із них лишалися знаки ракетного вогню. Сліди операції «Непорушна скеля» (назва, яку Ізраїль дав своїм військовим заходам 2014 року) є незмивними, як і сліди чогось іншого—ХАМАСу.

Біля центру міста Газа стоїть пам'ятник: ракета, яка належить військовому крилу ХАМАСу—бригаді Ізз ад-Дін аль-Кассам. Її спрямовано в бік Ізраїлю.

Згодом, як ми проїжджаємо містом, Мохаммед показує якісь графіті на стіні біля головної дороги. Це ось, розказує він, робота знаменитого британського художника стрит-арту—Бенксі. На напівзруйнованій стіні, з верхівки якої й далі падає цегла, виднілося зображення ізраїльської вежі безпеки. Діти на стільцях довкола неї кружляють, як на каруселі. Армія проти цивільних, держава проти дітей, досвід проти невинності—що може бути ще буквральнішим.

Я тут, щоб дослідити усе це. Я приїхав до Гази, щоб повернутися назад в часі до тих 50 днів у серпні 2014 року, щоб почути історію страждань її мешканців. Історію про дорослий світ війни очима дитини і здатність дитини транслювати це бачення світові завдяки соціальним мережам.

Прихід нових медіа в інтернет-революції був як технологічним, так і ідеологічним. Після того, як онлайн-сервіси стали інтерактивними, вони перетворилися на засоби зворотного зв'язку, даючи змогу знайомитись і спілкуватись⁶.

6 Sam Hinton and Larissa Hjorth, «Understanding Social Media» (London: Sage, 2013), 5.

Технології соціальних медіа, що з'явилися у Web 2.0, дали змогу підняти культуру залучення, підсилюючи користувачів, надаючи їм можливість стати тими, кого називають «авторами», користувачами, які також здатні виробляти контент⁷. Це здійснило два революційні зрушення в комунікаціях, які є особливо актуальними (і потужними) у воєнний час.

Перше — можливість трансляції, яку, завдяки охопленню мереж соціальних медіа, можна здійснювати транснаціонально. Владу, яка була прерогативою державних установ на кшталт урядів або ж засобів масової інформації, як-от New York Times чи CNN, соціальні медіа передали людині. Кожен, хто має смартфон, може стати міні-CNN: транслювати контент, який завдяки мережам соціальних медіа може розлетітися по всьому світу й охопити мільйони осіб.

Друге зрушення впливає з першого, і його можна втілити практично без стартових витрат. Контент, який колись потребував би команди операторів, кваліфікованих журналістів, редакторів і ведучих новин для виходу на національну або міжнародну аудиторію, тепер можна створити та розповсюдити за лічені секунди шляхом обміну зображенням або текстом в одному твіті чи пості. Ця можливість так радикально змінює створення, розповсюдження та споживання всіх типів медіа, що є дестабілізуючою силою для наявних ієрархій, як-от державні армії, особливо ті, що борються з повстанськими силами. У попередню епоху Армія оборони Ізраїлю (АОІ) могла б суттєво контролювати нарративи, що оточують війну з ХАМАСом, обмежуючи доступ журналістів до зон конфлікту або й відмовляючись акредитувати декого з них, а також утримувати цілий відділ зв'язків із громадськістю, покликаний

7 Там само, 2.

поширювати їхні погляди. Палестинці, навпаки, могли б протиставити дуже мало, пишучи наративи, протилежні ізраїльським. Поява нових медіа безповоротно все змінила і значення цієї появи для сучасної війни є колосальним.

У третьому виданні книжки «Нові та старі війни: організоване насильство в глобальну епоху» Марія Калдор формулює визначення «нової війни», яка, на відміну від «старої війни» (що охоплює конфлікти між державами, «в яких битва є вирішальною»), включає «мережі державних і недержавних суб'єктів»⁸. З огляду на міжнародну систему, призначену для запобігання міждержавним конфліктам, національні держави нині беруть участь у боях здебільшого асиметричних. Держави борються проти повстанських груп, солдатів, воюють із бойовиками, а цивільні особи неминуче перебувають у центрі подій. Невідповідність військової потуги між учасниками бойових дій найбільша саме в асиметричних війнах. І ніде, окрім як у цих війнах, вплив *Homo digitalis* не є глибшим. У палестинському випадку роль влади полягає не в безпосередньому впливі на фізичне поле бою, а в спрямуванні дискурсу, що його оточує. Оскільки кордони між війною та політикою дедалі більше стираються, здатність керувати наративами про війну стає дедалі важливішою.

Гарвардський політолог Джозеф Най вважає, що конфлікти у XXI столітті визначатимуться не так тим, чия армія перемагає, а радше тим, чий наратив візьме гору⁹. Ми живемо в епоху, коли всі одержимі як постмодернізмом, так і телевізійними серіалами, де наративи перемагають

8 Mary Kaldor, «New and Old Wars: Organised Violence in a Global Era», 3-rd ed. (London: Polity, 2013)

9 «Information at War: From China's Three Warfares to NATO's Narratives», серія «За межами пропаганди», Інститут Legatum, вересень 2015 року.

аргументи, а те, що викликає емоції, переважає буденне та раціональне. У 2014 році молода мешканка Гази Фара Бейкер змогла створити в соціальних медіа наратив драми та страждань — найпотужнішу розповідь, яка викликає емоції та може протистояти АОІ в інформаційному плані. Приклад Фари ілюструє в мініатюрі те, що відбувається в конфліктах між регулярними арміями та повстанськими групами, коли окремим людям чи спільнотам надано можливість використовувати інструмент транслявання практично без стартових витрат. Також приклад ілюструє, як соціальні медіа можуть вирівняти сили в асиметричній війні.

Озброївшись лише смартфоном, Фара репрезентує майже цілком нову силу менших, не таких військово потужних держав: здатність перемогти своїх противників у протистоянні наративів. Ба більше, ця здатність є абсолютно фундаментальною, коли перемога на фізичному полі бою практично неможлива. Пропагандистські протистояння так само давні, як і самі війни, проте у війні XXI століття конфлікт наративів стає більше ніж доповненням фізичного конфлікту. Тепер це, мабуть, його найпотужніший фронт. І, як засвідчує війна 2014 року між Ізраїлем та ХАМАСом, одна дівчина-підліток тепер в полі воїн і може становити загрозу для інституційної потуги однієї з найпросунутіших армій світу.

Дванадцятого червня 2014 року троє ізраїльських підлітків, Нафталі Френкель, Гілад Шер і Ейял Їфрах, поверталися додому, щоб відсвяткувати Шабат (єврейську суботу), коли оперативники ХАМАСу на хундаї, підібрали їх на пункті автостопу в ізраїльському поселенні Гуш Еціон на Західному березі й негайно вбили. Ці вбивства викликали

обурення в Ізраїлі. Заклики до помсти в соціальних мережах, підбурені риторикою жорстких політиків, як-от міністерки економіки й торгівлі Нафталі Беннетт (яка закликала до війни проти ХАМАСу), спричинили насильство на вулицях, яке 2 липня 2014-го закінчилося вбивством арабського підлітка Мохаммеда Абу Хдеїра у Східному Єрусалимі¹⁰. Це вбивство, а також боротьба ізраїльського уряду з рухом ХАМАС заохотили бойове крило партії розпочати обстріл міст на півдні Ізраїлю. Ізраїльська протиракетна система «Залізний купол» перехопила більшість ракет, але деякі з них проскочили. Зазвичай обережний у плані війни прем'єр-міністр Ізраїлю Беньямін Нетаньягу вирішив, що настав час для дій, тож 8 липня 2014 року розпочав операцію «Непорушна скеля» проти ХАМАСу. АОІ розпочала кампанію проти Гази повітряними ударами, які 17 липня 2014 року продовжило сухопутне вторгнення.

Усе це, відверто кажучи, перепсуло літо Фари Бейкер. Шістнадцятирічна палестинка з нетерпінням чекала літніх канікул перед поверненням до старшої школи. І вона мала плани. Як донька відомого палестинського хірурга Бейкер є частиною освічених вищих ешелонів суспільства Гази. Того літа вона хотіла навчитися грати на гітарі, піти у спортзал, щоб схуднути, й підтягнути свою англійську — речі, типові для підлітків в усьому світі. Утім, війна майже миттєво все це перекреслила.

Два роки по тому ми з Мохаммедом під'їхали до житлового квартирного комплексу в центрі Гази, де мешкала Фара. Він подзвонив їй на мобільний, щоб повідомити, що ми прибули для попередньо узгодженого інтерв'ю. Чи могли ми увійти? Фара сказала, що ми мусимо зачекати. Її

10 Mazal Mualem, «Netanyahu Silent on Right-Wing Calls to Avenge Youths», Al-Monitor, 2 липня 2014 року.

батько все ще перебував у будинку, й він втомився від нескінченних інтерв'ю; а отже, нічого не склалося б, поки він не пішов. Коли ми об'їжджали її квартал (тоді як Мохаммед дедалі більше дратувався, набираючи її номер товстими незграбними пальцями), стало зрозуміло, що наразі Фара є важливою персоною в Газі. Зрештою ми припаркувалися за кілька метрів від дверей її будинку. За п'ятнадцять хвилин з під'їзної дороги виїхав мерседес, а потім з'явилася Фара й сказала нам, що можна увійти. Вона повела нас двома сходовими майданчиками до своєї квартири й запросила у вітальню. Усміхнена й компанійська, вона налила нам у склянки води й запросила сісти. Потім почала розповідати свою історію¹¹.

Фара не очікувала, що війна прийде того літа. Це, звісно, обговорювали в соціальних мережах, особливо після викрадення людей, але розмови про війну точаться завжди. Донині вона переконана, що переживе багато війн — Ізраїль і Газа далекі від миру, тож скидається, що цикл насильства розірвати неможливо. Під час попередньої війни Ізраїль–ХАМАС 2012 року старша сестра Фари почала твітити, й Фара також створила акаунт у Twitter. Діти були прив'язані до будинку заради їхньої ж безпеки, й Фара нудьгувала. Вона хотіла щось зробити, тому почала твітити про ситуацію арабською мовою, оскільки її англійська ще не була досконалою. Проте через два роки, коли вибухнув конфлікт 2014 року, її англійська мова значно вдосконалилася. Коли Фара спостерігала за подіями, вона вважала, що західні медіа перекручують факти, щоб Ізраїль видавався жертвою. Проте з Фариної вітальні все виглядало якраз навпаки, й дівчина хотіла докласти зусиль щоб прояснити

11 Уся розповідь про історію війни Фари Бейкер ґрунтується на інтерв'ю автора в неї удома в місті Газа 21 квітня 2016 року.

ситуацію. Та оскільки вона була лише 16-річною дівчиною, її можливості у воєнний час сягали нуля—або були б такими мізерними до появи нових медіа, завдяки яким будь-хто зі смартфоном є телеведучим. Тому Фара вирішила зробити єдине, що вона реально могла, тобто використати можливість, яку давали соціальні медіа, — розповісти свою історію й побачити, чи хтось її слухатиме. «Я—палестинка, і світ був проти нас, тому що [людям] промивали мізки, тож я почала писати про своє життя, свої надії та мрії», — сказала вона, коли я сидів у її традиційно декорованій вітальні того спекотного квітневого дня. Фара також вирішила твітнути фотографії, щоб увесь світ міг бачити й читати про те, що відбувається. Усе, що вона робила, було спрямоване на те, щоб люди—особливо на Заході—розуміли, як воно, бути палестинцем під час війни.

Спочатку все відбувалося повільно, але з розгортанням війни зростала й кількість її підписників, кульмінація настала в тандемі з найстрашнішими подіями війни. Фара ставала дедалі популярнішим джерелом інформації про сектор Гази, — так далеко від централізованих і бюрократичних редакцій *The Guardian* чи *The Wall Street Journal*, як це тільки було можливо. Протягом лише кількох тижнів, зауважила Фара, кількість її підписників зросла з 800 до 200 тисяч¹². Нині їх і досі ще близько 170 тисяч¹³. (Для порівняння, середній користувач Twitter має 208 підписників¹⁴.) Це грандіозне зростання не було випадковим. Фара зробила два вірних вибори: перший—обрала Twitter, а не Facebook як платформу соціальної мережі, попри те,

12 Fatma Naib, «Growing Up Gazan: Tales of a Palestinian Teen», *Al Jazeera America*, 7 липня 2015 року.

13 https://twitter.com/Farah_Gazan.

14 Craig Smith, «388 Amazing Twitter Statistics and Facts (February 2017)», *DMR*, 25 лютого 2016 року.

що Facebook набагато популярніший у Газі, а другий вибір— вона твітила англійською мовою.

У свої 16 років Фара розуміла, хоча й інстинктивно, важливість соціальних медіа у воєнний час, особливо для вічних жертв несправедливості—палестинців. Вона розуміла, яку владу мають окремі люди й мережі, владу, доступ до якої раніше був неможливий. Фара зрозуміла, що Twitter, як найпублічніша платформа соціальної мережі, ідеально пасує для того, щоб негайно розповсюджувати послання: вона сказала, що більше людей можуть побачити, що ти пишеш, і, що важливо, журналісти використовують ці дописи як джерело інформації. Люди, які твітять фотографії безпосередньо з місця події й описують її у воєнний час, стали безцінними, особливо тому, що часто публікують або надсилають повідомлення з місць, занадто небезпечних для журналістів. Звісно, обман існує, але коли багато людей роблять подібні дописи з тієї самої території, це гарантує своєрідну достеменність і змінює сприйняття війни. Соціальні медіа дають жертвам війни можливість висловлювати свою думку, а світові— побачити детальніше, ніж будь-коли раніше, що саме відбувається в зонах конфлікту.

Коли почалися війна й бомбардування, Фара вирішила стати громадською журналісткою, яка транслює те, що в цій війні вважає правдою. Twitter як соціальне медіа з його здатністю збільшувати охоплення повідомлення за допомогою ретвітів (особливо зі сторінок із великою кількістю підписників), зрештою, надав їй інструменти для досягнення потенційної аудиторії мільйонів осіб без потреби значних ресурсів або доступу до дорогих медіа-технологій. Вона могла стати транслятором з практично нульовим бюджетом.

Інформаційні кампанії у воєнний час традиційно орієнтовані впливати на населення противника, підбиваючи його моральний дух, поширюючи страх або закликаючи до капітуляції¹⁵. Фара не мала жодного зацікавлення такими тактиками (і взагалі не мала би змоги ефективно їх провадити). Вона навіть не прагнула змагатися з ізраїльтянами в інтернеті або переконати їх у щирості своїх мотивів. Навпаки, її цільова аудиторія була ширшою. Досягнення міжнародної, переважно західної, аудиторії було надзвичайно важливим для Гази, оскільки випередити ізраїльтян військово було неможливо, тож палестинці ніколи не могли сподіватися на перемогу, їхнім єдиним шансом було показати руйнування, яке спрямували на них, і молитися, що міжнародне обурення стримає Ізраїль. Служачи цій меті, хтось на кшталт Фари міг перетворитися з простої дитини на найпотужнішу зброю.

Отже, Фара вирішила твітити й робила це персонально. Скажімо, 21 липня 2014 року вона запостила своє фото, на якому тримає в руках плакат, написаний англійською мовою: «Я Фара Бейкер, газанка, 16 років. Від народження я пережила три війни і гадаю, що цього досить #SaveGaza». Цей твіт було перепощено понад 2500 разів¹⁶. Фара презентувала себе світові не в ролі типового антиізраїльського мешканця Гази думок, а як звичайну 16-річну дівчину, яка опинилася в жахливій ситуації поза її контролем. Вона почала вибудовувати наратив, викладаючи історію про своє повсякденне життя під обстрілами. Вона створила публічний щоденник, який могли побачити сотні тисяч осіб, якщо не мільйони, у реальному часі. І що більше Фара

15 Див., скажімо, цей плакат Другої світової війни: <https://gr.pinterest.com/pin/276478864593836146>.

16 Fatma Naib, «Growing Up Gazan: Tales of a Palestinian Teen», Al Jazeera America, 7 липня 2015 року.

писала, то дедалі зростала кількість цікавців, що більше фоловерів вона здобувала, то більше запитань вони ставили. Це спонукало Фару продовжувати твітити.

Із падінням бомб і прибуттям ізраїльських солдатів у Газу Фара твітила сотні разів у найдраматичніших умовах. «Дитину закатовано та багато поранених» — це лише один приклад з багатьох твітів у подібній манері, й показово демонструє силу, яку мали її повідомлення: смерть дитини природно резонує з будь-якою притомною аудиторією¹⁷. Фара використовувала твіттер, щоб підкреслити найекстремальніші наслідки війни, заручитися більшим співчуттям і розширити суспільну підтримку Гази, показуючи бійню АОІ у чистому вигляді, якою вона й була. У такій манері вона документувала так ретельно, як дозволяв твіттер, усе, що відбувалося навколо. Багато твітів Фари були простими описами або відео того, що вона бачила та чула. «Це автомобіль, який підірвали біля дверей мого будинку #Gaza #GazaUnderAttack», — повідомила вона 26 липня 2014-го, виставивши фотографію знищеного транспортного засобу. Це дає уявлення про документальність більшості її твітів¹⁸.

Проте це була деталізація її емоцій — її страху за власну безпеку та безпеку її сім'ї, особливо — за маленьку сестру Ламар, це був найпотужніший і найпопулярніший елемент її твітів. В одному твіті з фотографією її сестри в милій шапці Санта-Клауса Фара написала: «Моя 6-річна сестра була свідком трьох війн! #GazaUnderAttack #GazaUnderFire #PrayforGaza»¹⁹.

17 Francine Prose, «Writing from a War Zone Doesn't Make You Anne Frank», *Foreign Policy*, 15 травня 2015 року.

18 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/492779292104081409, 25 липня 2014 року.

19 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/491781466666598400, 22 липня 2014 року.

Особливу увагу завжди привертають страждання дітей: «Коли необхідні сотні протестів, щоб сказати світу, що бомбардування дітей, — це не нормально, це момент, коли ви знаєте, що людяність померла #Gaza», — вона затвітила це 28 липня 2014 року. Цей пост поширювали сотні разів²⁰. Фара не здійснювала пропагандистську кампанію в традиційному розумінні. Вона була підлітком — жертвою цієї війни й твітила про те, що бачила, чула, та про те, що вважає правдою. Проте зрозуміло, що вона неодноразово зверталася до тих тем, які, найдужче, впливали на громадську думку, теми, де палестинський бік війни наротивів був найпотужнішим.

Журналістів, яких ізраїльські військові та ХАМАС мушили акредитувати, вони тримали на короткому повідці. І звісно, деякі місця були занадто небезпечними для журналістів-чужинців. Проте Фара як газанка була в центрі міста Гази, звідки їй нікуди було подітися, тому вона залишилася там, де події відбувалися найактивніше, нескінченно й без цензури твітячи все, що діялося.

Це спричинило проблеми. Фара стверджувала, що багато ізраїльтян писали їй, аби звинуватити в тому, що вона була «терористкою», або просто погрожували їй: «твій GPS вимкнено, але ми все одно знайдемо тебе» і «якщо ти не зупинишся, ми тебе вб'ємо». Вона не давала собі клопоту відповідати, а просто перепощувала погрози, щоб світ міг бачити, що їй загрожує. Фара вважала, що сила та влада виходили з її слів, а не з їхніх погроз. І що більше військові Ізраїлю були близькі до того, щоб захопити крихітний сектор Гази, то більше співчуття громадськості діставалося Фарі та її однодумцям. Війна палестинських наротивів була

20 Brandon Bolin, «One Brave Girl Tells Her Story from Gaza», Storify.com, <https://storify.com/BBOLIN5510/one-brave-girl-tells-her-story-from-gaza>.

повноцінною і, принаймні на міжнародному рівні, доводила потужність своєї сили. АОІ зіткнулася з пасткою-22: що більше вони вигравали на фізичному полі бою, то більше здавали позиції в полі наративів. По суті, що більшого успіху вони досягали у бойових діях, то нижче провалювалися в інформаційному просторі.

Потім, за словами Фари, проізраїльські користувачі Twitter змінили тактику й почали скаржитися на її обліковий запис у Twitter, намагаючись його знищити. Потім з'явилися фальшиві акаунти в Twitter, які видавали себе за неї. Проте Фара не злякалася. Для неї все було зрозуміло: це була війна. Газа перебувала під окупацією й прагнула відвоювати свої землі. Навіть вона тепер нарешті почала розуміти конфлікт наративу, в який була залучена, та те, який вплив він може мати на війну.

Приблизно за два тижні до операції «Непорушна скеля» Фара отримувала тисячі твітів і особистих повідомлень щодня — так багато, що не могла відповісти усім. Багато людей твітили їй свою підтримку, закликаючи продовжувати робити те, що вона робила. «Будь обережною. Я молюся за тебе та Палестину», — написала користувачка Вікторія Барбер (@drzendn), і це було типовим проявом солідарності²¹. Багато людей просто ставили запитання, тому що вони так мало знали про Газу, багато хто дивувався, що там були інтернет і школи. Дехто просто був вражений тим, що у Фари — блакитні очі.

Кар'єра Фари як громадської журналістки почалася з першого дня війни, але дата, яка зробила її відомою, — це 28 липня 2014 року. Ми сиділи у вітальні Фари, й Мохаммед сказав, що газани пам'ятають цей день як найгіршу ніч

21 <https://twitter.com/drzendn/status/494076920028352512>,
29 липня 2014 року.

війни. Усе загалом починалося досить добре. Це був другий день Ід аль-Фітр, релігійного свята, наступного за святом для мусульман місяцем Рамаданом. Фара прокинулася рано й негайно ж перевірила стрічку в твіттері. До того часу вона стала доволі відомою й щоразу, коли спала чи була оффлайн у твіттері, повертаючись Фара бачила багато проявів турботи й повідомлень від людей зі всього світу, які переймалися її безпекою.

Зазвичай Ід аль-Фітр був би часом радісного святкування після місяця важкого посту від сходу до заходу сонця, а Фара придбала би новий одяг перед цим святом. Проте з війною не могло бути й мови про похід на закупи. Натомість вона лишалася в будинку, зодягнена в піжаму, лежачи в ліжку. На той час, за її підрахунками, електроенергія в Газі була відключена 16 днів. Після того, як ізраїльтяни бомбардували головну електростанцію, мешканці Гази отримували електроенергію з особистих генераторів, усього на кілька годин на добу. Того дня Фара з'їла сніданок і годинами твітила про падіння бомб, яке чула з вулиці. Її день наповнювала какофонія дронів і F-16.

Лише після опівночі Фара лягла спати. Проте бомби почали падати частіше, й вона не могла заснути. Вона мешкає навпроти лікарні Аль-Шіфа, де працює її батько, тож може чути крики та зойки людей, які біжать зі своїх будинків, щоб сховатися там. Це було несамовито. Швидка допомога, дрони, літаки F-16 вже пролітали низько—усе навколо неї, здавалося, вибухало серед нестерпного шуму.

Потім почалися спалахи. Ізраїльтяни застосовували їх, щоб підсвічувати район і чіткіше бачити свої цілі, вони жахали населення—люті спалахи, за якими слідували вибухи, також супроводжувалися вічним страхом, що вони можуть спалити будинки, коли впадуть на землю. Фара

тепер була до смерті перелякана. Ламар кричала знову й знову: «Я не хочу вмирати! Я не хочу вмирати!». Фара ви-йшла на сірий кам'яний балкон з елегантною чорною ого-рожею, щоб поглянути на хаос, а її сім'я кричала на неї, щоб вона повернулася всередину. Вона хотіла зафіксувати, що відбувається, але настала ніч, тож дівчина дедалі біль-ше боялася, вона вибігала, залишала телефон на балконі, щоб записати сцену події, а потім забігала назад до будин-ку, поки не наставав час вийти й забрати телефон.

А втім, Фара була сповнена рішучості показати всьому світові те, що відбувалось, і знову почала твітити. «Мій ра-йон сильно бомбардують. Найгірша ніч за цю війну. Я про-сто хочу, щоб ви знали: будь-якої мити я можу загинути #Gaza»,—десь через годину після опівночі цей твіт Фари у набрав 1362 ретвітів²². Вона хотіла описати всі деталі цієї страшної атаки й робила це, інформуючи своїх підписни-ків щокілька хвилин. О 1:07 ранку, скажімо, Фара написала у Twitter: «Ми сидимо в темряві, тому що електроенергію ви-мкнено, спалахи освічують район так, ніби це полудень, ми чуємо тільки вибухи бомб, звуки дронів і F-16 #Gaza». Фото мало велике значення. «Спалахи в небі вееееєєє час. #Gaza #GazaUnderAttack #AJAGAZA #ICC4Israel [Міжнародний кри-мінальний суд проти Ізраїлю]». Слідом Фара затвітила спа-лах, що переходить у полум'я²³. Фара твітила все, що спало-ло їй на думку, і все, що бачила: кадри, звуки та жалісні крики наповнили її стрічку. Цієї ночі вона створила потужний і де-талізований портрет обложеного й розбомбленого міста Газа.

Та все-таки, це був опис особистих почуттів—оповіда-ння про глибину страху, який Фара та її родина відчували,

22 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/493878015882182656, 28 липня 2014 року

23 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/493885011557629954, 28 липня 2014 року.

що для її аудиторії було набагато ціннішим, аніж проста документація спустошення. «Я ПЛАЧУ І ВЖЕ НЕ МОЖУ ТЕРПІТИ ВИБУХИ БОМБ! Я БЛИЗЬКА ДО ВТРАТИ СЛУХУ #Gaza #AJAGAZA #GazaUnderAttack #ICC4Israel», — такими безпосередніми посланнями вона ділилася тієї ночі, і її твіт швидко ретвітнули майже 1500 разів²⁴. Її стрічка новин була вибуховою. Драматична послідовність персоналізованих страждань з перших уст.

Потім заряд батареї її мобільного почав сідати, й Фара попросила тата включити генератор, щоб вона могла зарядитися та продовжити твітити, й батько відгукнувся на прохання. Попри певні побоювання щодо погроз, які Фара отримувала в інтернеті, батько підтримував її зусилля. Після нових бомбардувань Фара затвітила фото нічного неба, яке спалахувало ізраїльськими вогнями: «Це в моєму районі. Я не можу припинити плакати. Я можу сьогодні померти #Gaza #GazaUnderAttack #ICC4Israel #AJAGAZA»²⁵. Це перепостили 15 547 разів. Цим твітом Фара досягла зеніту свого нарративу.

Твіти Фари протягом цієї ночі підкреслюють унікальну властивість твіттера поєднувати як візуальну, так і письмову платформи, даючи користувачам змогу реагувати в реальному часі й тим самим робить його ідеальним пропагандистським інструментом для війни, коли все відбувається хаотично й події вирують так жваво, що потік інформації є безперервним. Twitter не завжди може бути найліпшим засобом для отримання чіткої та неупередженої картини подій під час конфлікту, але це ідеальний спосіб транслювати вашу версію подій невідкладно — те, що є надзвичайно важливим

24 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/493882107450888192,
28 липня 2014 року.

25 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/493878477968642048/photo/1,
28 липня 2014 року.

для палестинців у їхній битві наративів з Ізраїлем. І Фара була чудовим прикладом цього принципу в дії. Властивості твіттеру дали їй змогу скористатися документацією реальністю, задля супроводу і зміцнення свого наративу, який тепер був історією величезної драматичної сили.

Фото в поєднанні з образом, що Фара змальовувала, наляканої дівчинки, яка плаче та боїться, що це може бути остання ніч її життя, — це поєднання було таким потужним, що відгук співчуття до Фари був миттєвим з усіх куточків світу. Навіть іноземні журналісти твітили, висловлюючи підтримку. «Твіти 16-річної дівчини просто розривають серце», — затвітила Ройсин О'Хара, у біографії якої в твіттері зазначено, що вона «медіа-професіонал, кореспондент із Дубліна»²⁶. Тим часом дехто зробили більше, ніж просто поспівчували, навіть запропонували напасти на ізраїльтян від її імені. «#анопумоус допоможуть вам. Якось. Не знаю, як. Та якщо щиро. Ми допоможемо», — запостив Марк Брайант, посилаючись на таємничу групу хакерів, яка запустила кілька кібератак проти Ізраїлю²⁷.

Потім з'явилися неминучі прояви ненависті до Ізраїлю. «Світ підтримує тебе @Farah_Gazan. Дітовбивчий ізраїльський геноциду, ніколи не зневажали дужче. #FreeGaza», — затвітив Уїлл Блек (@WillBlackWriter), «автор, журналіст і в минулому лікар» до своїх 79 400 підписників²⁸. Твіти Фари читали люди, які самі мали величезну кількість підписників. Це був інформаційний каскад.

26 <https://twitter.com/IRELANDreporter/status/493888526652809216>, 28 липня 2014 року.

27 <https://twitter.com/Renai51ance/status/493913467599224832>, 28 липня 2014 року. Анонімно, див., наприклад, Александр Дж. Апфель / TPS, «Анонімні атаки хакерів на Ізраїль більше хайпу, ніж шкоди», YNetNews, 7 квітня 2016 року.

28 <https://twitter.com/WillBlackWriter/status/493903312971132928>, July 28, 2014.

Війна наративів, яку палестинці вели проти Ізраїлю під час «Непорушної скелі», мала дві фланги, але в обох роль Фари та реакція світу на її дії важила чимало. Першим із них було виявлення співчуття їхньому тяжкому становищу. Другий і, мабуть, важливіший полягав у зростанні міжнародного обурення щодо поведінки Ізраїлю. Якщо його вдалося би підняти на достатній рівень, то завжди є ймовірність, що це може спричинити політичні кроки проти Єрусалима, приміром, у вигляді резолюції ООН або навіть міжнародних санкцій (можливо, головної політичної мети). Тож коли Ізраїль бомбардував Газу, мільйони людей по всьому світу осипали своїм гнівом Ізраїль²⁹.

Фара продовжувала твітити. Попри страх, вона вирішила спробувати заспокоїти молодшу сестру, тому взяла Ламар до своєї спальні та раз у раз повторювала їй, що вони не помруть, хоча Фара й сама вже не була впевнена. Нарешті вони, доволі виснажені, заснули. Фара прокинулася зранку й побачила тисячі повідомлень і твітів від людей, які запитували, чи в неї все гаразд. Вона запевнила їх, що так: «МИНУЛОЇ НОЧІ Я ЗМОГЛА ВИЖИТИ! Я ЖИВА! Alhamdulillah [Хвала Богові] #Gaza», — затвітила вона стурбованому світові.

Твіти Фари від 28 липня та ранку 29 липня миттєво розлетілися по всьому світові, їхнє охоплення і вплив посилювалися в рази. Популярність історій Фари стала самим наративом і роль закордонних медіа відійшла на другий план. «Шістнадцятирічна палестинська дівчина наживо твітить ракетні обстріли Гази зі свого дому», — голосив Daily Mirror того ж дня. У статті викладено її емоційні

29 Sam Rkaina, «Sixteen-Year-Old Palestinian Girl Live Tweets Gaza Missile Attacks from Her House», Daily Mirror, 29 липня 2014 року.

твіти, що також збільшує її охоплення, залучаючи мільйони читачів газети. «Палестинська дівчина-підліток надала світові глядацькі місце в партері конфлікту в секторі Гази», — зазначали медіа³⁰. У статті детально описали людські втрати, що їх спричинив Ізраїль, і процитували тодішнього прем'єр-міністра Великої Британії Дейвида Кемерона: «Те, що ми бачимо з позиції людських втрат, абсолютно розбиває наші серця, і картини, які всі бачили на екрані телевізора, дійсно не вкладаються в голову, кожен хоче покласти цьому кінець, тому негайне безумовне припинення вогню є просто необхідністю»³¹. Стаття, по суті, без жодного аналізу підхоплювала розповідь Фари, використовувала її твіти та вибудувала на них свою історію. Тож палестинський нарратив (на відміну від традиційного журналістського висвітлення війни) тепер увійшов до основних медіа.

Сполучене Королівство не було єдиним, де історії Фари спричинили значний вплив. У Сполучених Штатах NBC News взяли в неї інтерв'ю, щойно вона прокинулася 29 липня 2014 року. Першого серпня 2014-го Al Jazeera America також проінтерв'ювала Фару, опублікувавши статтю із заголовком: «Випадкова речниця Гази: Це моя третя війна... але ця найгірша». Твіти Фари знову детально виклали, що дало змогу в статті наголосити на стражданнях, що їх викликав цей конфлікт (який влаштував Ізраїль) у дітей Гази. Статті про Фару з'явилися у пресі по всьому світові, навіть у типово про-ізраїльських газетах, як-от у консервативній Telegraph Сполученого Королівства³².

30 Alexander Smith, «Palestinian Teen Farah Baker Live Tweets Nighttime Bombardment in Gaza», NBC News, 29 липня 2014 року.

31 Azmat Khan, «Sudden Gaza Spokesgirl: 'This Is My Third War ... but This Is the Worst One'». Al Jazeera America, 1 серпня 2014 року.

32 Див., скажімо, Radhika Sanghani, «Teen Girl 'Live Tweets Gaza Bomb Attack'», Daily Telegraph, 29 липня 2014 року.

Майже всі вони містили її твіти. До Фару, по суті, ставилися як до свідка-експертки та журналістки, пости якої було гідними цитування традиційними медіа без будь-якого фільтрування—і це є вирішальним для будь-якої жертви несправедливості в конфлікті, де єдиний реальний шанс конкурувати з ворогом—це на нарративному рівні. Твіти Фари (і здебільшого не лише її фотографії, але й емоційні висловлювання) викликали довіру, якої в іншому випадку вона би не мала.

Це був найважливіший і найнезвичніший чинник. Те, що постила Фара, перевернуло сприйняття традиційної структури новин. Хоча всі статті містили певний опис Фари, а деякі наводили цитати з інтерв'ю з нею, більшість статей брали її твіти за першооснову та будували навколо них свої розповіді. По суті, вони ставилися до її сторінки в Twitter як до служби новин, твіти прирівняли до бюлетеня Associated Press. Майже в усіх статтях про Фару читачі в інтернеті мали можливість натиснути на позначені твіти й перейти безпосередньо до сторінки Фари. Тож такі статті трансформувалися порівняно з традиційними статтями, які зачіпали й аналізували тему на платформах, навмисно чи ні, але вони безумовно сприяли цьому нарративові. Читачі також могли стати її підписниками лише за допомогою одного натискання на кнопку «Відстежувати» біля будь-якого твіта. І люди це робили, тисячі з них. За даними TwitterCounter.com, 23 липня 2014 року у Фари було 4934 підписників, а за два з гаком тижні, 11 серпня, вона вже мала 167 тисяч фоловерів. Журналісти стали, по суті, її своєрідними PR-агентами.

Внесок Фари, як і багатьох тисяч інших палестинців, які твітили свої жахливі враження від війни (зрозуміло ж, що вона була лише одним вузлом, хоча й дуже знаним, проте

сама мережа була набагато більшою), не лише вплинув на рівень медіадискурсу, а й допоміг перетворити цей дискурс на дію на місцях і в містах по всьому світові. Як зауважила Middle East Eye:

Навіть коли все місто було знеструмлене, громадські журналісти зуміли та встигли розмістити знімки трупів, зруйнованих районів і поранених людей, щоб це побачив світ. Фотографія завжди мала потужну силу, але конфлікт у Газі був однією з перших війн, усі світлини якої здебільшого зробили аматори для платформ соціальних медіа, ділячись цими зображеннями зі світом одним натиском кнопки та допомагаючи мешканцям Гази завойовувати серця й уми, а відтак викликати безпрецедентне обурення проти Ізраїлю. Учасники демонстрацій по всьому світу несли ці роздруковані знімки, вимагаючи, щоб уряди країн вживали заходів для припинення нападу Ізраїлю³³.

Вплив, що його справили твіти Фари (та багатьох інших, подібних до неї) і такі демонстрації на ізраїльські військові цілі достеменно був незначними, а вірогідно й зовсім відсутнім. Але на інформаційному рівні війни (який зрештою міг вплинути на військові прорахунки), вплив був критичним і як ми побачимо, Ізраїль поставився до нього дійсно дуже серйозно. Твіти ретвітілися, це призводило до розширення аудиторії, і, як наслідок, до новинного покриття, воно провокувало демонстрації і ще більше медійне покриття, здебільшого про-палестинське. Соціальні медіа дали таким людям, як Фара, змогу стати громадянськими журналістами, які не знали цензури редакційних правил,

33 Yousef al-Helou, «Social Media: The Weapon of Choice in the Gaza-Israel Conflict», Middle East Eye, 21 серпня 2014 року.

інституційних політик чи навіть потреби лишатися безсторонніми й неупередженими. Це дає громадянським журналістам більші можливості поширювати свої послання і точку зору більш прямо і живо, ніж будь-коли дотепер. Щораз більше людей виходили на вуличні демонстрації на підтримку Гази, висловлюючи солідарність онлайн і проклинаючи Ізраїль. Поки Ізраїль розносив ХАМАС у секторі Гази, про-палестинський наратив розносив Ізраїль на міжнародній арені.

Фара в свій скромний спосіб стала символом усього цього. Інформаційний каскад сягнув шаленства. Її твіти, підсилені західними медіа, дали змогу її особистій історії стати глобальним наративом³⁴. Вона стала найпотужнішою сутністю: брендом. А для палестинців Фара була ідеальним брендом: дитиною, яка страждає. У великій пропагандистській драмі, що розігралася між Ізраїлем і Газою, Фара тепер офіційно була зіркою.

Фара є прикладом апофеозу *Homo digitalis*. Молода дівчина з Близького Сходу, яка потрапила в жакливу війну, здавалося, мала бути абсолютно безсилою. Проте, коли її твіти потрапили в мережі, що їх підсилили та транслювали далі, вплив Фари неймовірно зріс. Питання в тому, як таке сталося?

Із багатьох вражаючих аспектів історії Фари, можливо, найцікавіше було те, що вона рідко брала участь, якщо й узагалі брала, у явній політичній дискусії. Вона не зачіпала ізраїльтян у твіттері й не виголошувала слоганів на телебаченні (принаймні переважно). Вона жалила слави не завдяки політичній активності чи аналітиці конфлікту. Радше, Фара стала популярною через

34 Див. розділи 2 і 3 цього видання.

детальну і глибинну розповідь у соцмережах проте, що вона переживала.

Проте тисячі мешканців Гази щодня твітили про жахіття війни. Зображення трупів і зруйнованих будинків щодня наповнювали мій канал у твіттері протягом 51 дня конфлікту. Одначе була лише Фара. Її історія була, безсумнівно, драматичною, але так само, як і історії багатьох інших мешканців сектору Гази, які твіти, коли їх бомбардували як з повітря, так і наземними установками. Щоправда, Фара володіла англійською, тимчасом як багато людей у Газі похвалитися цим не могли, і завдяки цьому їй вдалося повернути увагу неарабського світу. Проте ця навичка, хоч і не така поширена, також не те, що робило її унікальною. Найімовірніше, те, що виділял Фару унікальною, була сама Фара. Молода, приваблива, глибоко вразлива, світлошкірата (можливо, найважливіша для західної аудиторії характеристика Фари) блакитноока, вона була тим, чого потребують найпотужніші історії: була провідною персоною цієї драми. Сорокарічний темношкірий бородань, який твітив би аналогічні розповіді про страждання, найімовірніше, ніколи не справив би такого самого ефекту. Серед моря безликих Фара була Тейлор Свіфт.

А громадськість не могла насититися цією казкою про безпорадну дівчину-підлітка, яка опинилась у лабетах війні, котру вона достоту й не зрозуміла, живучи в постійному страху перед жорстокістю, насиллям і, насамперед, можливою смертю, — і все це транслювалося в реальному часі. Фара своєю регулярністю, гострою напруженістю та навіть популярністю перетворила цю п'ятдесятиденну розповідь на щось дуже схоже на мильну оперу: зі звиканням, драматичною сюжетною лінією, яку твіттер дав їй змогу підтримувати глобально та миттєво. І це була

мильна опера найсильнішого штибу, яку перетворили на надзвичайно потужний інструмент інформаційної війни, тому вона й справді розкривала питання життям і смертю.

Коли я поцікавився у Фари, як, на її думку, серед багатьох людей, які твітили, вона стала такою успішною, Фара відповіла, навіть не замислюючись: «Тому що я робила щось інше, ніж більшість палестинців, за якими я стежила: вони публікували фотографії трупів, а мені було лише 16, і я писала англійською мовою. Я спала лише кілька годин на добу й постійно твітила. Відео й фотографії отримують більше ретвітів, оскільки західні медіа не показують цього, а палестинські медіа показують лише трупи, які не демонструють впливу конфлікту на тих, хто вижив під час війни і того, як вони страждають».

Через два місяці після закінчення війни престижний американський журнал *Foreign Policy* (обов'язковий для читання для більшої частини дипломатичного корпусу Державного департаменту США) назвав Фару однією із 100 провідних світових мислителів 2014 року «за каталогізацію операції “Непорушна скеля” описами по 140 знаків»³⁵. Цікаво те, що вона не потрапила в категорію «агітаторів» чи «тих, хто кидають виклик» або «адвокатів», її називали «літописицею». Її розглядали не як постать, асоційовану з опором, і не як активістку, хоча вона, звісно, виконала значиму роль в тому й іншому. Її сприймали, як літописицю, тобто оповідачку.

Можливо, це не дивно, що ще до того, як вийшов рейтинг *Foreign Policy*, Фару порівнювали з однією з найвідоміших літописиць історії, молодою єврейською дівчинкою, яка вела щоденник, Анною Франк, котру вбили під час

35 «A World Disrupted: The Leading Global Thinkers of 2014», *Foreign Policy*, б/д (2014).

Голокосту. В очах багатьох Фара була Анною Франк із Гази³⁶. Попри те, чи є таке порівняння точним чи справедливим, бо, безсумнівно, багато євреїв та ізраїльтян почувалися ображеними, оскільки це передбачає еквівалентність дій Ізраїлю в Газі та Голокосту, — але фактом є те, що аналогія закріпилася. Фара навіть на час додала це в опис своєї сторінці у твіттері після того, як багато людей почали робити таке порівняння. «Я прочитала дещо з її [Анни Франк] книжки та відчула, що ми обидві жертви, — сказала мені Фара. — Однак мені пощастило. Я вижила. А вона — ні».

У «Питанні про Палестину» професор літератури Едвард Саїд вказує на те, що палестинські речники ніколи не можуть постояти за себе. Їх або цілковито заглушують, або ж їх мають підтримати інші (зазвичай західні) голоси, від західних науковців, які вивчають палестинське суспільство, до європейських кінофестивалів, що демонструють палестинські фільми. Історично як ізраїльтяни, так і палестинські еліти стримували голоси простих палестинців й у воєнний час мали змогу контролювати наратив. Британський журналіст Джон Сноу, який висвітлював операцію «Непорушна скеля», перебуваючи в Газі, на власному досвіді відчув, як соціальні медіа протидіють цій тенденції і надають право голосу звичайним палестинцям. Коли я запитав його про значення соціальних медіа в Газі, він, як і завжди, був прямим. «Вони протиставили силу медіа силі зброї. — прокоментував Сноу. — Це, безумовно, змінило динаміку. І дало людям постраждалим найбільшу силу голосу»³⁷. Під час операції «Непорушна скеля» люди, які постраждали найбільше, були палестинцями, обложеними більшою військовою потугою

36 Prose, «Writing from a War Zone».

37 Скайп-інтерв'ю автора з Джоном Сноу, 15 січня 2015 року.

Ізраїлю. Це демократизація військового нарративу в дії, і вона принесла користь лише одній стороні — палестинцям.

Звісно, демократизація новин має певні межі. Фара показала на своєму прикладі, що навіть маленький вихід за ці межі дуже важливий. Мильні опери, публічні щоденники, серіалізація — усе це продукти, які розробили й упакували для споживання. Мильна опера Фари з нею в головній ролі (і з її родиною в ролях другого плану) стала хітом в інтернеті та — найважливіше — дала змогу медіа підхопити й перетворити на продукт, готовий для споживання, що потім доставили в будинки мільйонів людей, спраглих її розповідей. Фара створила ідеальний «продукт», який неможливо ігнорувати. Саме це дало їй змогу зачепити споживача — а це найважливіша здатність будь-якого громадського журналіста. І досягнути цього їй вдалося завдяки тому, що її спершу швидко прийняли, а потім транслювали на весь світ найпотужніші медійні впливовці: брамарі традиційної журналістики.

Дослідники медіа Садаф Р. Алі та Шахіра Фахмі брамарство, як «процес відбору, де так звані “брамарі” обирають, які новини та/або візуальні образи допускати в медійні канали»³⁸. Цими брамарями є редактори та журналісти в новинарних медіа традиційного типу. Вони обирають, перевіряють і фільтрують інформацію, відбираючи контент, що найліпше відповідає їхнім цілям. Це має серйозні наслідки для поширення (а отже, й для потенційного впливу) громадської журналістики. Саме через брамарів зміст, який ми бачимо в традиційних медіа, «має тенденцію до наслідування новин установ та нарративів інституцій»³⁹.

38 Sadaf R. Ali and Shahira Fahmy, «Gatekeeping and Citizen Journalism: The Use of Social Media During the Recent Uprisings in Iran, Egypt, and Libya», *Media, War and Conflict* 6, номер 1 (2013): 51–56.

39 Там само, 56.

Здатність Фари спочатку заманити брамарів, а потім перевершити їх є головним аспектом її нарративної перемоги. А для досягнення цього їй довелося спершу запропонувати щось особливе—щось, що привернуло б увагу брамарів. У центрі цього лежить сама думка про те, що насправді є «новинами» і як брамарі виходять за межі скеровування новин аж у процес їх творення. За словами Метта Сенкевича, асистента кафедри комунікації та міжнародних досліджень у Бостонському коледжі:

Брамарі протягом десятиліть визначали концепції того, що є гідним «новинним матеріалом». До прикладу, перевагу надавали людям в драматичних ситуаціях, або привабливим людям чи особам з незвичною зовнішністю. Система створила певні норми, за якими щось призначали цікавим чи «новинним матеріалом». Тож світ був підготовлений для неї [Фари]. Вона дала аудиторії те, чого та воліла, але частково й те, що вважають привабливою ідентичністю чи позицією, яка давно закріплена в історії новинарства—тобто через брамарство. У нас є очікування щодо того, який тип історій викликає зацікавлення, але ці очікування не впливають з нізвідки, вони базуються на правилах, які встановлюють брамарі⁴⁰.

Наратив Фари—яскраво оживлений завдяки твіттеру—підходив новинним брамарям. І таким чином вона перевернула звичний порядок новин в традиційних медіа. Тільки коли стало очевидно, що вона подобалась громадськості, її помітили брамарі, що протирічило усталеному порядку речей. Із Фарою, як зазначає Сенкевич, «Twitter був

40 Скайп-інтерв'ю автора з Меттом Сенкевичем, 28 липня 2014 року.

собакою, а новинні канали—хвостом»⁴¹. Фара змогла використати твіттер, щоб привернути увагу традиційних медіа, але тільки коли вони підхопили її наратив, Фара стала міжнародною зіркою. Традиційні медіамонополісти, колишні брамарі того, що самі визначали як «новинний матеріал», нині втрачають свою вагу, внаслідок злету громадської журналістики, але без її просунутись далі, без прийняття традиційними медіа, громадська журналістика не може. The Telegraph однак мав підхопити історію Фари, щоб вона стала глобальною фігурою. Ба більше, вона мала бути палестинською Тейлор Свіфт. Практика брамарів гарантує, що навіть у воєнний час лише послання обраної меншості зможуть пробитись у світ, оскільки «документалістика», яку має подати громадянський кореспондент, однак оцінюється мейнстрімними медіа на користь, найпривабливіших згідно з традиційними нормами брамарів персонажів.

Не кожен може твітити для загалу—потрібна історія, що промовлятиме до людей на емоційному або інтелектуальному рівні,—і саме традиційні медіа найліпше пасують для виявлення та відбирання таких наративів. У воєнний час, коли події найдраматичніші й бажання громадськості отримувати новини збігається з прагненням традиційних медіа мати велику кількість переглядів, потужна розповідь про таку особу, як Фара, може бути неспинною. Медіазвіра потрібно годувати, а Фара надала контент найдраматичнішого формату. Під час війни Фара стала знахідкою для традиційних медіа. І через це вона також є знахідкою для палестинської інформаційної війни та самої палестинської справи.

Залишається останнє питання: чи можна Фару справді назвати громадською журналісткою, чи вона була просто

41 Там само.

активісткою або й пропагандисткою? Це питання є ключовим для розуміння ролі, яку дівчина відіграла в нарративній війні, оскільки відповідь на нього ілюструє тяжкість загрози, з якою зіткнулися усталені ієрархії, як-от АОІ. Фара оприлюднила нарратив про палестинський відчай та ізраїльську жорстокість, який міг би походити прямо з уст пресекретаря ХАМАСу. Проте вона є приватною особою, молодю дівчиною, яка не має пріоритетів у сфері політики. Її розповідь була такою потужною й достовірною саме тому, що Фара не мала партійної приналежності до ХАМАСу—визнаної терористичної організації, від якої читачі та глядачі могли очікувати пропаганди. І саме це робить її такою небезпечною для Ізраїлю. Замість політизувати палестинську справу вона персоніфікувала її і тим самим допомогла посилити обурення й антиізраїльські настрої в Європі та США.

«Привіт, я Фара Бейкер. Я живу в #Gaza, і ХАМАС НЕ використовує мене як живий щит»,—зазначила вона у твіті від 27 липня 2014 року. Його поширили трохи менше тисячі разів, здебільшого користувачі із Заходу⁴². Цей твіт особливо повчальний, коли йдеться про розуміння труднощів розрізнення між пропагандистськими елементами її контенту та її репортажними твітами⁴³. Те, що Фара вірила, що її не використовують як людський щит, є вірогідним. Вона сказала мені, що ніколи не навідувалася в жодне військове місце, а просто була прив'язана до будинку, в якому

42 Див., скажімо, https://twitter.com/Farah_Gazan/status/493463000310108161, 27 липня 2014 року.

43 Наративна природа цієї частини розділу означає, що коли інформація не може бути підтверджена неупередженим джерелом, я, очевидно, спираюся на версію подій, що подає Фара. Виключно важливим є те, в що на справді вірила, а в що не вірила Фара, про що достеменно може знати тільки вона сама. Проте я вірю, що, хоча вона й могла подекуди помилятися, Фара не обманює, коли розповідає про те, що вона дійсно вважає правдивим.

мешкала протягом усього життя. Вона також ніколи не могла припустити, що бойовики ХАМАСу використовували її будинок як базу, з якої цілилися в ізраїльтян. На думку Фари, цей твіт був, найімовірніше, правдивим. Хоча те, що ХАМАС використовував людські щити та розміщував запаси зброї в таких місцях, як школи, не викликало жодних сумнівів. Фара мешкає прямо навпроти лікарні Аль-Шіфа, будівлі, яку ХАМАС використовував для військових цілей, коли там допитували журналіста Раджаа Абу Даггу, про що він належно повідомив у французькій газеті *Libération*⁴⁴. Розуміла вона це чи ні, та її близькість до лікарні фактично робила Фару людським щитом.

Ба більше, твіт Фари був прямо скерований на спростування основного військового нарративу Ізраїлю проти руху ХАМАС, а саме: твердження про те, що угруповання ховало своїх бойовиків серед населення та використовувало людські щити як основну військову тактику⁴⁵. Твітючи те, що щиро вважала уточненням, Фара непрямо підтримувала історію ХАМАСу та намагалася дискредитувати Ізраїль.

Цікаво, що того ж дня вона затвітила: «Десятки вибухів від самого ранку. Вогонь не вщухає #Gaza #AJAGAZA»⁴⁶. Посил цього твіта зрозумілий: Ізраїль порушує припинення вогню. Проте факт полягає в тому, що Ізраїль односторонньо запропонував 24-годинне подовження припинення вогню, узгодженого напередодні — продовження, яке ХАМАС відхилив. Ба більше, Фара кілька разів казала, що не є прихильницею ХАМАСу, але це твердження доволі

44 Moshe Phillips and Benyamin Korn, "Conclusive Proof That Hamas Uses Palestinians as Human Shields," *Algemeiner*, 7 серпня 2014.

45 Harriet Sherwood, "In Gaza, Hamas Fighters Are Among Civilians. There Is Nowhere Else for Them to Go," *Guardian*, 24 липня 2014.

46 "Israel Extends Unilateral Cease-Fire as Gaza Death Toll Tops 1,000," *Al Jazeera America*, 26 липня 2014.

суперечливе у статтях, подібних до публікації International Business Times від 11 серпня 2014 року: «Бейкер підтримує ХАМАС, кажучи, що вони захищають населення. “Кажуть, ХАМАС ховається за людьми, але це не так — ХАМАС захищає людей, — сказала Бейкер для NBC News. — Я не хочу, щоб ця війна завершувалася, доки ми не станемо вільними, бо ця блокада нас вбиває»⁴⁷. Проте я також бачив різні заяви проти ХАМАСу на каналі Фари у Facebook.

Безсумнівно, що її послання мали певний план, про це свідчить те, що Фара так часто використовувала хештег #ICC4Israel (Міжнародний кримінальний суд для Ізраїлю), який використовують в твітах на вимогу притягнути Ізраїль до суду за його дії в Газі. Ба більше, іноді вона безпосередньо атакувала Ізраїль. Згідно зі статтею на сайті Al Jazeera America: «У твітері вона молиться, щоб ракети ХАМАСу, влучали по своїх цілях в Ізраїлі»⁴⁸. Один з її твітів із зображенням прем'єр-міністра Ізраїлю Бен'яміна Нетаньягу із зіркою Давида на чолі та кров'ю, що юшить у нього з рота, коли він смакує мертвою палестинською дитиною, — явно грає на давніх антисемітських тропях⁴⁹.

Та, зваживши всі «за» і «проти», Фару можна назвати громадською журналісткою. Журналісти сьогодення не позбавлені планів чи упереджень, для колумністів це навіть є вимогою. Проте під час операції «Непорушна скеля» вона була більше, ніж просто журналісткою, Фара була дійовою особою. Попри те, чи мала вона це на меті, Фару зарахували в солдати в інформаційній війні проти Ізраїлю,

47 Kukil Bora, “Farah Baker, a Gaza Teenager, Becomes Social Media Phenomenon by Tweeting About War,” International Business Times, 8 серпня 2014.

48 Khan, “Sudden Gaza Spokesgirl.”

49 https://twitter.com/Farah_Gazan/status/490891081840869376, July 20, 2014.

і в цій царині її влада була на рівні найелітніших підрозділів спецпризначення. Під кінець нашого інтерв'ю я запитав Фару, чи вважає вона, що відіграла певну роль у війні. Її відповідь була однозначною: «Так. Я не маю можливості носити зброю і ніколи нікого не вбила б, тому моя боротьба полягала в тому, щоб транслювати правду та дати людям знати, що відбувається тут. Я була ефективнішою, ніж будь-коли могла уявити, з огляду на кількість людей, які відстежували мою сторінку, та на те, як багато людей сказали мені, що я змінила їхню думку [про війну] і відкрила їм очі».

Фара мала рацію. Її історія тріумфальна: вона сприяла посиленню міжнародного обурення поведінкою Ізраїлю та підкреслила страждання палестинців. Утім, важливо пам'ятати, що вона була лише однією з тисяч інших голосів, які публікували подібні за змістом матеріали (котрі, проте, не мали рис особистісності, які посприяли вірусному поширенню популярності Фари в світовому масштабі), вони ж забезпечували підтвердження, яке було необхідне для цієї розповіді. Фара опинилася в армії цивільних воїнів, які прагнули протистояти ізраїльському наративу про війну, і вона боролася героїчно. Протягом 51 дня Фара стала більше ніж просто безпорадною, зляканою 16-річною дівчиною — вона стала солдатом. А її зброєю були не кулемет чи ракетна установка, а смартфон.

Історія Фари — це більше ніж просто оповідка про молоду дівчину, яка здатна затвітити свою особисту історію страждань, це більше ніж просто історія про те, як *Ното digitalis* шириться світом. Те, про що розповідає Фара в ширшому масштабі, — це нові виклики, які окремі громадяни та спільноти привносять до асиметричної війни. Фара

представляє нещодавно віднайдену владу для менших і слабко оснащених держав. Її «військова» ефективність і воєнна цінність полягала в здатності впливати на конфлікт, використовуючи соціальні медіа, щоб посилити наратив про палестинські страждання, які мобілізували міжнародні вияви обурення, часто на політичному рівні, проти Ізраїлю. При цьому Фара могла вплинути на дискурс, довкола протистояння. У сучасному конфлікті, де межі між війною та політикою стають такими розмитими, що вони майже неподільні, важливість дискурсу переоцінити неможливо. Насправді, це підважує саме твердження, що війни між державою та недержавними суб'єктами є асиметричними. У світі, де поля бою вже не є єдиною важливою ареною конфлікту, вплив, який втілила Фара, ілюструє цілковито новий розвиток військового конфлікту: держави можуть програти війну навіть вигравши фізичну битву.

Це пояснюють тим, що коли війна стає «політикою з озброєнням», а парадигма Клаузевіца вже не така актуальна, тоді одна сторона може перемогти збройно, але програти політично. Ця ідея є центровою у природі впливу Фари. Вона не може стріляти, проте може твітити, а останнє вміння нині, мабуть, важливіше в асиметричному конфлікті, тому що палестинці ніколи не можуть навіть сподіватися на військову перемогу. Саме це нове вміння поширювати наративи через твіти та пости дало змогу людям, об'єднаним у сильних спільнотах, як у випадку Фари, впливати на поле бою. На відміну від розповіді Фари та тієї ролі, яку вона виконала в посиленні антиізраїльської думки в усьому світі, Ізраїль також зіткнувся з питанням, яке лише десятиліття тому було би немислимим: в якій війні перемогти, у військовій чи політичній?

Розділ 2.

Солдат: державна скрута та поява *Homo digitalis*

У похмурому тьмяному будинку в центрі Тель-Авіва Пітер Лернер говорить про мертвих немовлят. «Немає нічого такого, що може затвітити чи запостити представник уряду, щоб затьмарити зображення мертвої дитини», — каже мені Лернер, голова відділу іноземних і соціальних медіа підрозділу прес-служби АОІ. Я сиджу навпроти нього в його маленькому офісі. Він ділиться досвідом. У 2014 році під час операції «Непорушна скеля» як соціальні, так і традиційні медіа заповнили світлини мертвих дітей, які загинули в перестрілці між Ізраїлем і ХАМАСом¹. Це спричинило міжнародне засудження Ізраїлю та стало головною зброєю в інформаційній війні ХАМАСу проти Єрусалима. «І правильно, — продовжує Лернер, — я не можу та й не хочу боротися з цим»².

Війна відіграє центральну роль у становленні й еволюції інституту державності, яким ми його знаємо. Необхідність

- 1 Див, скажімо, Team TOI, «Children of War: Heartbreaking Photographs from Gaza», Times of India, 4 серпня 2014 року.
- 2 Усю розповідь про історію Пітера Лернера взято з двох інтерв'ю, які автор організував із ним в офісі Лернера в Тель-Авіві 19 та 20 квітня 2016 року.

збирати гроші на військовій кампанії покликала до життя централізовані бюрократичні установи, систему оподаткування та, зрештою, професійну армію. Як зазначає Майкл Говард у «Війні в європейській історії», «зростаюча спроможність європейських урядів контролювати або, принаймні, використовувати багатство громад, а з них — створювати механізми, як-от бюрократичні, фіскальні системи, збройні сили, дала їм змогу ще більше розширити свій контроль над спільнотою та стала однією з центральних подій в історичній ері, яка, розпочавшись у другій половині XVII століття, триває й понині»³. Як зауважує Говард, солдати лише порівняно нещодавно перейшли від боротьби за честь, через феодалну повинність або за гроші до того, щоб ставати державними службовцями, які воюють за національні інтереси та просуваються військовою кар'єрою. Це зрушення в поєднанні з виникненням національної держави не є випадковим співпадінням — відносини між ними є симбіотичними. Як стверджує Говард: «Тільки з розвитком класу цих військових професіоналів стало можливо зробити чітке розмежування між “військовими” та “цивільними” елементами в суспільстві»⁴.

Тож національна держава, яка зрештою народилася в XX столітті, з регулярними арміями централізувала практику насильства й тримала армію загалом як прерогативу уряду поруч з іншим наріжним каменем ведення війни — контролем над інформацією. Проте, як стверджував Параг Ханна, «багато сучасних національних держав, здається, втратили свою монополію на збройні сили — не тільки через сплеск тероризму, а й через формування

3 Michael Howard, *War in European History* (New York: Oxford University Press, 2009), 49.

4 Там само, 54.

прошарку найманих приватних військ, які, для прикладу, відіграли вагому роль в Іраку після перших уторгнень і війни—так само зникло і домінування держави в інформаційних потоках і наративах»⁵. В основі цього зрушення стоять соціальні медіа, які, зокрема, у воєнний час, коли держава традиційно робить особливо великі зусилля, щоб контролювати потоки інформації, дозволили появу альтернативних голосів, як у випадку Фари, які тепер резонують глобально, сильно й досягають того, що колись було суто в повноваженнях великих інституційних медіа чи урядів. Це створює серйозну загрозу для військових у воєнний час, більшість із яких іще й досі налаштовані на конфлікт ХХ століття. Дискурс навколо війни завжди був важливим, і інформаційна війна так само давня, як і фізична, — наприклад, під час Другої світової війни країни фашистського альянсу й антигітлерівська коаліція розгорнули широкі пропагандистські кампанії одна проти іншої. Утім, соціальні медіа перетворили інформаційну війну з такої, що обслуговує фізичну війну, на щонайменше рівну їй.

У будь-якій збройній битві між Ізраїлем і ХАМАСом буде лише один переможець. Та під час «Непорушної скелі» Ізраїль уже не просто воював із ХАМАСом—політичною та військовою організацією. Він боровся з Фарою й тисячами таких, як вона. Ізраїль вів боротьбу не лише з озброєними бойовиками, здатність яких зашкодити була обмеженою. Це була боротьба з *Homo digitalis*, які володіли неприборканою здатністю створювати наративи. І потенційно безмежною є здатність цих наративів завдавати шкоди на глобальному та політичному рівні. АОІ мала лише

5 Parag Khanna, «Dismantling Empires Through Evolution», Atlantic, 24 вересня 2014 року.

один вибір: відповідати власними наративами, боротися вогнем проти вогню й робити це в межах тієї ж форми комунікації—соціальних медіа. І саме Пітер Лернер був відповідальним за перемогу в цій битві.

Лернерова форма була бездоганною: світло-блакитна сорочка з темними погонями на плечах ідеально доповнювала завужені донизу штани. Напис «Підполковник Пітер Лернер»—на значку поруч з ізраїльським прапором праворуч на грудях. Він був чемним і доброзичливим, кожна деталь свідчила про те, що він військовий медійник.

«Якщо ви не закріпилися присутністю в просторі соціальних медіа, — пояснює Лернер, — то ви здаєте цей простір ворогові. Ви мусите бути там, щоб провадити комунікацію й формувати її, особливо у воєнний час. Якщо ви мовчите в соціальних мережах, отже, не перешкоджаєте вашому ворогові на його шляху поширення послань і набуття популярності. Якщо ви мовчите в соціальних мережах, то не можете висловлювати свою позицію і залишаєте своїх прихильників без боєприпасів. Моя робота полягає в тому, щоб цьому запобігти».

Підрозділ прес-служби АОІ розміщений у кінці тихої, обсадженої деревами, нетипової для живого активного центру Тель-Авіва вулиці, неподалік барів і кафе модного бульвару Ротшильда, де ізраїльська молодь їсть, п'є, танцює й тусується. Я наближаюся до будівлі й заходжу в приймальню, де натрапляю на знайому картину: молоді ізраїльтяни підліткового та юнацького віку, здебільшого дівчата, на вигляд такі самі, як ті, кого я бачив у натовпі на бульварі Ротшильда вночі напередодні, проте сьогодні вони в армійській формі. Дві чи три з них за спинами мали штурмові гвинтівки М16. Автоматична зброя та бойова

втома вдень змінюється відкритим вбранням та високими підборами уночі—таке ви побачите тільки в Ізраїлі.

Адміністраторка подзвонила нагору, щоб повідомити про мій приїзд, і мене приходить провести молода дівчина-солдатка Талья Шугармен, помічниця Лернера. Вона всміхається й вітається англійською з американським акцентом. Оскільки ми йдемо на два поверхи вгору, я помічаю, що весь підрозділ заповнений жінками. Рухаються в коридорах, працюють на комп'ютерних терміналах, обговорюють щось групами, вони скрізь. Усі вони молоді. Закінчується зустріч, і чотири жінки виходять із кімнати праворуч від мене. За моїм (не дуже науковим) підрахунком, їх кількість перевищує кількість чоловіків принаймні вчетверо. Я сиджу в кріслі в коридорі й чекаю на Лернера.

Він привітав мене, й ми зайшли до його кабінету. Лернер працює за столом, схожим на літеру «Г». Три клавіатури та два екрани розташовані праворуч. Угорі на одному з екранів—крихітний ізраїльський прапор. Поруч із ним—купка кубиків на кшталт Lego з буквами, поскладаних один на одному. Перше запитання, яке я ставлю Лернеру: чому в цьому підрозділі набагато більше жінок, ніж чоловіків? «Просто вони загалом набагато ліпші за хлопців, вони більш творчі—і це неймовірно»,—каже він, усміхаючись⁶.

Армія оборони Ізраїлю дуже серйозно ставиться до своєї прес-служби (Dover Tzahal на івриті). Генерал-майор керує нею, а підполковник очолює філію іноземної преси—єдиний департамент у службі, у складі якого працює відділ соціальних медіа⁷. Лернер обійняв пост у квітні 2013-го, коли

6 Варто зазначити, що більшу частину чоловіків мобілізовано в бойові загони. Інтерв'ю автора з Алізою Ландес, Тель-Авів, 10 березня 2017 року.

7 Для зручності читача в цьому та наступному розділах міжнародний підрозділ преси з відділом соціальних медіа ми називатимемо просто «підрозділ».

діяльність прес-служби вже була налагоджена. Утім, так було не завжди. На початку вона складалася лишень з трьох осіб і макбука, а ще робочого столу в кутовому офісі десь у будівлі, й усе це під проводом американсько-ізраїльської солдатки на ім'я Аліза Ландес. Ландес створила відділ соціальних медіа підрозділу прес-служби у тому вигляді, який він має нині, і її можна охарактеризувати трьома тезами: молода, жіночна та обізнана у сфері соціальних медіа. Вона була *Homo digitalis* у державній бюрократії— те, що виявилося її найбільшим розчаруванням і найбільшим успіхом. Все почалося з першої війни в Газі— операції «Литий свинець», яка тривала з 27 грудня 2008 року до 18 січня 2009 року. Проте був ще й рейд проти флотилії Гази 31 травня 2010 року, який змусив АОІ справді усвідомити величезну силу соціальних медіа.

За словами Томера Симона, дослідника, який вивчає використання соціальних медіа АОІ, «цей [інцидент] був першим сигналом тривоги щодо того, який вплив соціальні медіа можуть мати на глобальне сприйняття легітимності». Mavi Magmaga був кораблем цивільних, навантаженим гуманітарною допомогою, одним із шести кораблів у «флотилії свободи Гази», які намагалися прорвати її морську блокаду⁸. Ізраїльські військово-морські командири перехопили корабель і в подальшій боротьбі вбили дев'ятьох із тих, хто був на борту. Протестувальники миттєво транслювали у світ через соціальні медіа свою версію подій— розповідь про невинних цивільних, яких холоднокрівно вбили за те, що вони намагалися доправити палестинцям їжу та пледи. Це було майже за 20 годин до того, як АОІ змогла надати переконливі докази на підтвердження своєї версії, а саме кадри з човна, які свідчать, що протестувальники самі були

8 Скайп-інтерв'ю автора з Томером Симоном, 1 серпня 2016 року.

бойовиками, нападали солдатів, намагаючись то викрасти одного, то викинути іншого за борт. Утім, було надто пізно. Наратив про ізраїльську агресію вже стояв перед очима світової громадськості.

Провал комунікації щодо цього інциденту спричинив бурхливе невдоволення в Ізраїлі, особливо серед внутрішніх медіа, а це означало, що посадовців мають притягнути до відповідальності. Дії підрозділу прес-служби АОІ жорстко критикували за те, що вони не випустили сюжет до того, як неперевірену розповідь про напад ізраїльських сил на гуманітарну флотилію з допомогою для сектору Гази поширили протягом 12 годин. Міністр оборони Ехуд Барак скликав прес-конференцію, щоби поставити всі крапки над «і» щодо цього питання, й численні чиновники також записували звернення, але це не мало жодного значення—без незаперечних доказів, що спростували би зазначену новину, журналісти не збиралися змінювати свою думку. Чому ізраїльські медіа потребували так багато часу, щоб надати необхідні докази? Як повідомила мені Ландес, інцидент із флотилією, опісля, мав реальний вплив на ізраїльських військових. Було подано розгорнутий звіт, у якому зазначалося, в який спосіб міг би діяти підрозділ. Одним із головних висновків звіту стало те, що армія мала швидше реагувати на такі події.

Уперше за свою історію АОІ вповні відчула здатність соціальних медіа поширювати повідомлення, а потім підсилювати його безпрецедентними темпами. Заслугувувало на критику те, що ізраїльтяни не вели комунікацію з човна після того, як їхні солдати опинилися на борту, натомість протестувальникам вдалося виставити достатню кількість відеоматеріалів і постів для міжнародних медіа, щоб ті

мали за що вхопитися. Те, що АОІ блокувала зв'язок із судом, лише погіршило ситуацію, оскільки журналісти почали поширювати матеріали, які базувалися на чутках, і не приймали жодних уточнень — принаймні з відділу прес-служби АОІ. Одне відео з човна перервали під час самої зйомки, це змусило громадськість, що спостерігала за цією історією, узагалі впасти в істерику. Розповідь про гуманітарну флотилію розійшлася скаженими темпами по всьому світові, перш ніж ізраїльтяни отримали шанс адекватно на неї відповісти. Відмовляючись від соціальних медіа і використовуючи натомість традиційний процес обміну повідомленнями, вони не змогли зібрати достатньо доказів, необхідних для підкріплення історії, які суперечили б уже швидко опублікованим. Вони боролися в аналоговій війні наротивів за цифрової епохи, тому й програли.

Незабаром після інциденту з Mavi Marmara офіс прес-служби АОІ створив кімнату для візуальних операцій. Це було просто необхідно. Скажімо, у день інциденту з Mavi Marmara головна історія на веб-сайті АОІ (яка виглядала так, ніби її розмістили 1997 року й звіттоді до неї так і не поверталися) розповідала про те, що солдатка здобула титул «міс Ізраїль», і було особливо прикро, що вона служила на флоті.

Те, що підрозділ існував і виявляв хоч якусь онлайн-присутність, було винятковою заслугою Алізи Ландес. Зокрема це було пов'язано з її ініціативою та бажанням боротися як із закостенілою бюрократією АОІ, так і з її небажанням до змін⁹. Ландес працювала на північноамериканське бюро підрозділу, коли в грудні 2008 року розпочалася перша

9 Розповідь Ландес із цього розділу взято зі скап-інтерв'ю автора з Алізою Ландес, 2 серпня 2016 року й інтерв'ю з нею в Тель-Авіві 10 березня 2017 року.

війна в секторі Гази — операція «Литий свинець». Тоді ізраїльський уряд припустився грубої помилки. Було ухвалено заборону для міжнародних журналістів в'їжджати до Гази через контрольно-пропускний пункт Ерез (який уряд закрив), натомість їх закликали в'їжджати з боку Єгипту. Дії журналістів, які не могли зробити це через Єгипет, зводилися до стояння на ізраїльському пагорбі, з якого відкривався вид на Газу (вони називали його «Пахгорбом ганьби»), і, як вважає Ландес, вони негласно бойкотували матеріали АОІ. «Ми не писатимемо черговий матеріал про те, що ракети прямують в бік Ізраїлю», — подібні повідомлення вона отримувала постійно.

Ландес незмінно спілкувалася із журналістами, і їй неодноразово говорили, що рішення про заборону в'їзду до Гази було абсурдом. Журналісти неофіційно повідомляли їй, що багато хто обурений цією заборonoю. Попри те, що Ландес невпинно й терпляче повторювала, що Ізраїль не контролює єдиний пропускний пункт до Гази й журналісти могли би пройти через Єгипет, усе це не мало значення. Інколи відповідали, що єгипетський кордон того дня закритий, то чому б їм не ввійти через Ізраїль?

Ландес була дуже розчарована, бо вважала, що АОІ не використала всі наявні засоби, аби спростувати палестинський наратив про те, що дії АОІ, спрямовані проти цивільного населення й цивільної інфраструктури, просування якого разуче активізувалося одразу після початку бойових дій. Підрозділ прес-служби мав купу матеріалів, які, на думку Ландес, могли продемонструвати протилежну ситуацію: відеозаписи з ізраїльських літаків, які замірялися поцілити в якесь місце, а потім скасовували свої наміри, щойно з'являлися цивільні, або інше відео про вторинні й третинні вибухи після того, як була уражена мечеть, що

ставало доказом того, що її використовували для зберігання зброї. Проте, для висвітлення цієї війни медійними засобами ніщо із зазначених матеріалів не було використано, й АОІ довелося заплатити за це високу ціну.

За шість місяців до цього Ландес разом з іншим солдатом, Авівом Шароном, написали меморандум про важливість «нових медіа» — блогів та інших онлайн-платформ для зміни медійного ландшафту. Вони вирішили подати його до військового журналу *Maagachot*. Документ добряче критикував відсутність взаємодії АОІ з цими новими інформаційними інструментами, проте його так ніколи й не опублікували. Однак поняття блогів і нових медіа тепер принаймні проникло в екосистему АОІ. «Це були блоги, які створювали підґрунтя для соціальних медіа», — сказав мені Шарон¹⁰. Ландес погоджується: «Багато в чому блогери були природним інструментом, що спонукав армію відкритися до соціальних медіа, — сказала вона. — Оскільки блогери потрапляли в розряд “нових медіа”, то, хоча вони й не були традиційними журналістами, все-таки були ближчими до ідеї журналіста [для воєнного начальства], ніж до розмитого, на думку того ж начальства, поняття — спроб достукатися до широкого кола громадськості через такі платформи, як Facebook, що їх вважали дитячими забавками».

Стійкий бюрократичний опір ідеям, запропонованим у меморандумі, став великим розчаруванням для Ландес. Їй було 25 років, вона зналася на соціальних медіа й розуміла невтішність ситуації з присутністю АОІ в інтернеті. Перші дні операції «Литий свинець» продемонстрували негативні наслідки цієї відсталості. Коли ізраїльські літаки

¹⁰ Інтерв'ю автора з Авівом Шароном, Тель-Авів, 19 лютого 2017 року.

почали повітряну кампанію над Газою, Ландес згадала своєрідну апокрифічну казку, яка стала легендою серед її солдатів: коли 2005 року прес-служба саме переходила з факсів на листи електронною поштою, хтось із солдатів зазначив, що навіть Талібан уже використовує імейли. Ландес ніколи не могла перевірити правдивість цієї історії, але в її очах це просто підсумувало те, як кепсько підрозділ оснащено новими інформаційними технологіями.

Ландес вважала, що для АОІ було важливо транслювати певний посил, але не було особливого занепокоєння щодо медіа. На ранній стадії кар'єри Ландес АОІ майже вдалося впровадити цілодобовий випуск новин, але фактично досі не було жодної присутності в інтернеті. «Коли ви бачите традиційні медіа, які транслюють сенсаційні новини, то помічаєте, що вони містять у собі твіти громадян і журналістів на місцях, — сказала вона мені. — Раніше журналісти мусили звертатися до підрозділу й отримували брифінг від солдата, якому найчастіше потрібно було 15 хвилин, щоб знайти для них відповідну інформацію. В нашу епоху за 15 хвилин все вже може бути скінчено». У місяці, які передували операції «Литий свинець», мета Ландес була простою: привести підрозділ у XXI століття.

Утім, із кожним кроком вона стикалася зі спротивом. Записки залишалися без відповіді, пропозиції застрягали десь у вертикалі підпорядкування. Колеса бюрократії оберталися так повільно, а клопоти її начальників були такими далекими, що вся ситуація здавалася просто безнадійною. Нині, в перші дні бойових дій, ціна цього відставання була зрозумілою. Ландес отримувала багато запитів від незалежних блогерів на відеокліпи ізраїльських медіа з субтитрами (міжнародні медіа це мало цікавило, оскільки вони бойкотували будь-які матеріали АОІ). Зазвичай це

були американські блогери, які мешкали в Ізраїлі й бачили в ізраїльських новинах якісь кадри АОІ, що чітко висловлювали позиції Ізраїлю. Вони перевіряли, чи є щось подібне в англомовних медіа і коли не знаходили, то просили ці відео з англійськими субтитрами, щоб розмістити у своїх англомовних блогах.

Ландес знала, що з неофіційним бойкотом з боку іноземних медіа блоги були важливішим ресурсом, аніж будь-коли, для поширення інформацію, тому почала розсилати кліпи. Така діяльність була далеко поза її компетенцією. За мирного часу вона була офіцером північноамериканського бюро, займаючись запитами в традиційних медіа Північної Америки. Проте тепер, коли вибухнула війна, філія зарубіжних медіа діяла в надзвичайному режимі, тож Ландес фактично взяла на себе роль персонального помічника керівника відділу іноземних медіа прес-служби Авітал Лейбович. Ландес щодня планувала для неї 20 із годин інтерв'ю та скрізь її супроводжувала.

Проте Ландес була ладна спробувати обійти звичну журналістику, перемогти у війні наративів, у якій АОІ так сильно поступалася з перших днів війни. Приміром, 28 грудня 2008 року, у перший день операції, вона надіслала імейл батькові, історику Ричардові Ландесу, який також вів відомий блог, висвітлюючи тему «Відносини Близького Сходу» з підтемою «Відео, де ХАМАС стріляє з цивільних поселень». Електронний лист містив просте прохання: «Додай». Батько Ландес був надзвичайно активним у блогосфері, й оскільки вона перебувала в підрозділі, Ричард пропонував блогерам зв'язуватися з нею. У такій маленькій країні, як Ізраїль, особисті контакти дуже важливі, й це означало, що молоді солдати, як-от Ландес, могли взяти на себе певну ініціативу. «Жодна установа не може спланувати всі

несподіванки, — сказала вона мені, — але в АОІ достатньо гнучкості й близькості між офіцерами та нижчими чинами, тож поліпшення може початися знизу».

Ландес зробила все можливе, навіть контактувала з незнайомими блогерами, щоб дізнатися, чи ті зацікавлені в поширенні матеріалів АОІ. Скажімо, 29 грудня 2008-го вона написала групі блогерів, які, за її підрахунками, могли би бути зацікавлені. Вона надіслала імейл із темою «Відеоматеріали й інформація АОІ», і її повідомлення було настільки прямим, наскільки це лише можливо:

Вітаю,

XXXXXX дав мені всю вашу контактну інформацію, декого з вас я знаю, декого — ні. Мене звуть Аліза Ландес, і наразі я перебуваю в офісі прес-служби АОІ в північноамериканському бюро.

З огляду на поточні події, що відбуваються в Газі, я намагаюся якомога більше звертатися до блогерів (як-от до вас). Якщо ви зацікавлені, будь ласка, просто дайте відповідь на цей імейл, і я почну відправляти вам інформацію, фотографії, відеоматеріали тощо з акаунту АОІ. Я розумію, що блогери любляють посилання більше за файли, тож працюватиму над тим, щоб створити місце для публікацій упродовж найближчих кількох днів.

А поки що надсилаю посилання на деякі кадри, які ми випустили кілька годин тому, на YouTube їх опублікувала Соломонія. Це відеоматеріали Повітряних сил Ізраїлю — одного з наших літаків, який знищує тунелі, стартовий майданчик і склад зброї: <http://www.youtube.com/watch?v=yxKwfXVK5IA&eurl=http://www.solomoniacom/blog/>

Крім того, якщо маєте запитання чи конкретну інформацію, звертайтеся до мене, і я постараюся

надати вам вичерпні відповіді протягом розумного строку (не обіцяю, бо армія працює трохи повільніше). Ви також можете зателефонувати в офіс¹¹.

Це був надзвичайний стан справ. З бойкотом основних медіа та без офіційної платформи в соціальних медіа Ландес, по суті, тепер виступала в ролі міні-прес-служби підрозділу, зосереджуючись на нових медіа, які вона так відчайдушно прагнула охопити.

Однак регулярно надсилання таких великих відеофайлів було геть непрактичним. Ландес не могла надсилати по імейлу об'ємні файли великій кількості людей і, звісно ж, не може це робити одночасно. Цього разу вона вирішила подзвонити своєму безпосередньому командувачу, голові північноамериканського бюро, який перебував на місці з журналістами, щоб попросити його дозволу створити канал на YouTube. Він сказав їй, щоб Ландес запитала дозволу в Лейбович і, крім того, щоб URL закінчувався на /nadesk¹² (північноамериканське бюро), тож якщо це спрацює, бюро отримає свою частину слави. Ландес сказала, що це було типовою характеристикою менталітету старої армії, яка пригнічувала швидку інновацію. «З одного боку, він [її безпосередній командувач] не міг ризикнути дати мені добро, тож мав передати це погодження по ланцюжку Авітал [Лейбович], з іншого боку, він хотів переконатися, що якщо проект буде успішним, його бюро отримає похвалу за ініціативу. Якби ми не були в надзвичайному стані, Авітал також чекала би на погодження на вищому рівні. Воєнний час забезпечив невелике вікно можливостей із тимчасовим послабленням наших бюрократичних пут».

11 Назву виключили з листа навмисно на прохання інтерв'ююваного.

12 І досі канал функціонує за цією веб-адресою.

Ландес попросила Лейбович дозволити розмістити відповідні матеріали в інтернеті. Як прес-секретар АОІ в усіх міжнародних медіа Лейбович була обличчям ізраїльських військових для близько 800 іноземних репортерів, більшість з яких перебувала в Єрусалимі, й вона давала аж 15 телевізійних інтерв'ю на день, плюс радіо та друковані видання. Вона мала думати також про тисячі інших питань. Знаючи це, Ландес висловила своє прохання мимоходом: «Ви не заперечуватимете, якщо я просто завантажую ці відео на YouTube?». Вона змогла сформулювати цей запит просто як спосіб поширення інформації блогерам і журналістам.

Лейбович добре пам'ятає цей момент. «Одна з моїх жінок-солдаток, Аліза, приїхала й запропонувала нам відкрити канал на YouTube, інші солдатики також закликали зробити це, — згадувала вона за горнятком кави в Тель-Авіві¹³. — Обґрунтуванням було таке, що ми беремо участь у багатьох повітряних атаках [які здійснює АОІ]. Літаки здійснювали відеозйомки цих атак, і через ці відео ми змогли б показати, що ХАМАС використовує цивільних, як людські щити». Лейбович оцінила всі чинники й вирішила, що це того вартує.

Це був імпульс Ландес щодо YouTube-каналу, але як голова підрозділу Лейбович дала цій справі зелене світло. Без її дозволу продовжувати розвивати ідею АОІ ніколи не перейшла би до соціальних медіа під час операції «Литий свинець». Як сказала Лейбович: «Революція соціальних медіа [в межах АОІ] почалася з відкриттям каналу на YouTube. Ми зрозуміли, що маємо щось революційне — здатність [поширювати інформацію] без залучення редактора або посередника».

13 Інтерв'ю автора з Авітал Лейбович, Тель-Авів, 20 лютого 2017 року.

Поява АОІ в соціальних мережах спиралася на стійку конвергенцію трьох чинників. Перший—це сама Ландес, зі своєю молодістю, динамічністю та жагою¹⁴. Другим була готовність Лейбович прислухатися до підлеглих. Як повідомляв Atlantic: «Лейбович також докладає значних зусиль, щоб залучати молодь до штабу... вона вважає її активом і ресурсом керівництва. “Однією з переваг порівняно з іншими є той факт, що у мене є 18-річні. ... Коли [ми вербуємо] солдатів, їм по 18 років... це вік тих, хто практично народилися у соціальних мережах”»¹⁵. Третім, і найважливішим, чинником був відступ бюрократії у воєнний час. Як зазначила Лейбович: «Ми працювали цілодобово до другої, третьої години ранку. Американські програми новин починались опівночі за ізраїльським часом, тому часу для бюрократії в нас не було. У своїй роботі ми мали вдосталь незалежності».

Шарон дуже влучно сказав:

Неймовірно важливо пам'ятати, що це були не якісь «шишки», а військовослужбовці, які заробляли не більше 1000 шекелів на місяць, і саме вони були рушійною силою зміни соціальних медіа. Зрештою, ці «шишки», прислухалися, але для змін

-
- 14 Роль Ландес у забезпеченні присутності АОІ в соціальних мережах була добре задокументована. Див., скажімо, Allison Hoffman, «The 'kids' Behind IDF's Media», Tablet. 20 листопада 2012 року: «Присутність нових медіа АОІ спочатку було дітищем Алізи Ландес... Коли як офіцер північноамериканського бюро вона пілотувала перші наступи АОІ у віртуальну війну під час операції “Литий свинець”». Також Brian Fung, «Inside Israel's Social-Media Command Center» Atlantic, 20 листопада 2012 року: «Експеримент АОІ з соціальними мережами розпочала 2008 року під час операції “Литий свинець” 25-річна Аліза Ландес, членкиня PR-команди АОІ для північноамериканських репортерів. Як і багато інших успіхів, експеримент АОІ із соціальними мережами почався як “ідея-фікс”, яка набула власного життя».
- 15 Fung, «Inside Israel's Social-Media Command Center».

вони потребували певних умов, цими умовами стала, по суті, гнучкість, що дала Авітал змогу сказати «так» Алізі, оскільки бюрократичні норми під час війни відступили.

Готовність Лейбович прислухатися лише зростала, оскільки Ландес дедалі сильніше наполягала на розширенні онлайн-присутності АОІ в наступні місяці та роки. Утім, до цього було ще далеко. Наразі Ландес отримала згоду від своєї начальниці, тому разом із двома іншими солдатами, Ноамом Надлером і Лі Хіромото, створила систему, де під час звичних робочих змін вони також неофіційно працювали над власним проектом, монтуючи відео, створюючи субтитри, а потім завантажуючи все на YouTube.

Тоді вони отримали найпотужнішу віддачу всієї ініціативи—і, мабуть, то була найбільша удача в історії соціальних медіа прес-служби підрозділу АОІ: YouTube видалив їхні відео. Ландес не мала певності, проте здогадувалася, що палестинські прихильники доповідають на канал з якоїсь причини (якщо велика кількість людей позначена на відео, YouTube автоматично видаляє його, а потім розглядає питання довгий час, і це зазвичай триває місяцями). Вона уважно ознайомилася з правилами YouTube, тож знала, що вміст відео не порушує засад і умов сайту. Ландес не знала нікого в YouTube, тому звернулася до свого друга Ноя Поллака, журналіста американського журналу Commentary, який написав статтю про те, що відбулося, під назвою «YouTube не хоче, щоб ви це бачили»¹⁶. Стаття стала хітом.

Операція розпочалася 27 грудня 2008-го, канал YouTube створили через три дні після початку війни—29 грудня,

16 Noah Pollak, «What YouTube Doesn't Want You to See», Commentary, 30 грудня 2008 року.

зняли його вже наступного дня, а стаття в Commentary з'явилася за кілька годин. Через 24 години історія розійшлася світом. То був п'ятий день операції «Литий свинець», і АОІ збиралася надіслати сухопутні війська, міжнародна преса видавала статтю за статтею про те, що Ізраїль здійснює авіаудари по Газі. Потім вийшла стаття в Commentary, де було використано деякі відеокадри, які Ландес та її команда так старанно монтували. Це було нетипове відео — трохи технологічної історії, трохи воєнної, — і CNN, і BBC, і багато інших медіа підхопили цю тему. За іронією, Commentary не використовував відеокадри для своєї первісної мети, щоб поширити послання АОІ, та, оскільки ця стаття стосувалася цензури, матеріал прослизнув неофіційний бойкот іноземних медіа й знайшов глобальну аудиторію, якої потребувала Ландес.

У результаті висвітлення в медіа ізраїльський уряд нарешті зацікавився проектом. Навіть подзвонили з Міністерства закордонних справ і запитали, чи потрібно їм втрутитися, щоб допомогти повернути канал. Проте через 24 години після того, як з'явилася стаття, YouTube відновив усі відео. Лейбович відчувала задоволення, що її керівники (зокрема генерал-майор Аві Бенаягу, головний керівник підрозділу прес-служби) тепер відчували перший успіх АОІ на шляху до світу соціальних медіа. «Він не тільки зрозумів, чого прагнув досягти підрозділ, — підсумувала Лейбович, — на щоденній військовій нараді на чолі з начальником підрозділу АОІ він з гордістю наголосив на тому, що їхній канал YouTube отримав так багато переглядів». Нову медіаприсутність АОІ тепер просували в самій армії.

Ландес упіймала свій шанс і створила акаунт у Twitter. Їй доручили чітко й дослівно розміщувати матеріали АОІ дроблячи на безкінечну кількість твітів, це було абсурдно

смішно. Проте вона знала, що мала обмежений проміжок часу, щоб зробити щось інше, перш, ніж повернеться й знову все вповільнить бюрократія. Ландес також створила блог і, щоб обійти жахливий веб-сайт AOI, заплатила за домен власною кредитною карткою¹⁷. Усе, що вона робила, було покликане творити «факти на місцях». «Соціальні медіа розглядали як щось, призначене для дітей, а не як засіб поширення інформації. Моя робота полягала в тому, щоб нескінченно “пиляти” своїх керівників», — розказувала Ландес. Вона порівняла свою роботу з роботою перших піонерів сучасного Ізраїлю в період Британського мандата, які знали, що британські адміністратори в Палестині мусять дотримувати старого османського закону, який передбачав, що якщо будівлю щось з'явиться протягом ночі, то знищити це не можуть. Так само, як поселенці розгортали нові єврейські форпости вночі, аби британці не могли легально їх знести, так Ландес користувалася хаосом воєнного часу, щоб відкрити таку кількість платформ соціальних медіа, на яку лишень спромоглася. Вона боролася протягом двох років, щоб створити сторінку AOI у Facebook. «Якби я не створила акаунт у Twitter і блог під час операції “Литий свинець”, то, найімовірніше, мусила би боротися протягом двох років, щоб створити і їх», — сказала вона мені.

Ця присутність у медіа була елементарною, проте вона таки була, й підрозділ тепер мав від чого відштовхуватися, це був сучасний спосіб публікації контенту. Стаття в *Commentary* плюс гласність, що стала її наслідком, спричинили те, що до кінця операції «Литий свинець» канал YouTube мав кілька мільйонів переглядів. А Армія оборони Ізраїлю зазнала слави, особливо з боку ізраїльських медіа,

17 Jodi Rudoren, «In Gaza, Epithets Are Fired and Euphemisms Give Shelter», *New York Times*, 20 липня 2014 року.

за те, що вони були першими військовими, які постійно випускали свіжі сюжети. І Ландес знала, що визнання ізраїльськими медіа важило найбільше.

І дивно, і повчально, що для розширення ізраїльської публічної дипломатії та пропагандистської машини потрібен був солдат, а не дипломат. За словами Томера Саймона, це сталося з двох причин: економічної та демографічної. «Для уряду мати 30 солдатів віком 19–20 років, які працюють над такими ініціативами, не коштує нічого, — сказав він. — Це набагато ліпше, ніж найняти 30 фахівців із PR. Молодь нічого армії не коштує. А ще вони перебувають в найбільшій гармонії із соціальними медіа. Вони самі так спілкуються». Саме тому звичайному солдату, як-от Ландес, довелося просувати ініціативу «знизу вгору». Як сказав Саймон: «Молодь уже пройшла базову підготовку з соціальних мережах, перш ніж приєднатися до армії»¹⁸.

Улітку 2009 року бюрократія АОІ повернулася з відомою. Вищі посадові особи зрозуміли, що припинення роботи платформ, які створила Ландес, може призвести до втрати обличчя, й соціальні медіа вже неможливо проігнорувати, але вони також не збиралися погоджуватись на все. Після зустрічі керівник підрозділу прес-служби генерал-майор Аві Бенаягу згодився розгорнути новий офіційний медійний підрозділ на чолі з Ландес. А які ж масштаби цього нового підрозділу? Він буде, сказав Бенаягу на івриті, складатися лише з «Aliza, delet ve shelet» — Алізи, дверей і таблички.

Операція «Литий свинець» (і, звісно ж, флотилія Mavi Marmara 2010 року) розкрила нездатність будь-якої армії, попри її потужності, адекватно протистояти у війні XXI

18 Скайп-інтерв'ю автора з Томером Симоном, 1 серпня 2016 року.

століття без соціальних медіа. Звісно, на полі бою Ізраїль буде переможцем. Однак той факт, що Ізраїль веде асиметричний конфлікт, у якому мав набагато вищу вогневу силу, лише сприяв зміцненню палестинського віктимізованого нарративу про війну. Як продемонстрував інцидент із флотилією, без можливостей соціальних медіа передавати повідомлення — майже миттєво оприлюднювати власну розповідь, а потім поширювати ці повідомлення по всьому світу, АОІ не може конкурувати, навіть з якимись кількома сотнями пасажирів на кількох кораблях. Цілий підрозділ у складі, можливо, найпотужнішої військової інституції в Ізраїлі поступався *Homo digitalis*. І тільки з появою того ж феномену в рядах АОІ ситуація почала змінюватися.

Тепер все інакше. Відтоді АОІ здолала довгий шлях. Нинішній керівник підрозділу, Лернер, наразі має штат із близько 50 осіб, половина з яких залучена до соціальних медіа. Визначальна характеристика команди — те, що вона молода (середній вік — близько 21–22 років) й у неї є знання іноземних мов, найважливіші з яких англійська, французька, іспанська та, звісно, арабська. Для Лернера мета полягає в подоланні дистанції, як психологічної, так і фізичної, між АОІ та глобальною аудиторією. Структура підрозділу проста: у відділі соціальних медіа працюють англійські, французькі й іспанські бюро, арабське бюро працює з арабськими соціальними медіа (через свою унікальність), але всі бюро тісно взаємодіють.

Коли Ландес започаткувала канал АОІ на YouTube, він, по суті, слугував лише для розповсюдження матеріалів для ізраїльських та іноземних журналістів. Проте згодом старшим працівникам стало зрозуміло, що традиційні лінії комунікації змінюються, тож АОІ доведеться скорегувати методи поширення інформації. Традиційні засоби масової

інформації залишаються найважливішим інформаційним каналом, але вісім років потому соціальні медіа вже так глибоко інтегровані в життя молодих солдатів, як і у світових лідерів думок, що не можуть не відігравати вирішальної ролі у створенні та поширенні інформації. Філософія Лернера полягає в тому, що підрозділ існує передусім як джерело інформації про ізраїльських військових.

Нині соціальні й традиційні засоби масової інформації працюють у тандемі з військовими та з іноземними медіа, це лежить в компетенції Лернера. Щоразу, коли підрозділ збирає пакет для традиційних медіа, його потрібно підтримувати в соціальних медіа, щоб полегшити розподіл як для традиційних журналістів, так і для «споживачів». Підсилення за допомогою соціальних мереж є дуже важливими для цього процесу. «Це виклик, — визнає Лернер, — тому що підтримка платформ — це постійна “годівля звіра”: вам завжди потрібно мати інформацію, ви завжди мусите шукати історії, тому що має постійно надходити новий контент. Нам весь час телефонують журналісти й кажуть, що хочуть розповісти про те, що бачили на нашому сайті».

«Нині все зводиться до соціальних медіа, — продовжує Лернер. — Ідеться про те, щоб бути на вершині, щоб можна було підняти червоний прапор і сказати: “Це те, що досліджуватимуть іноземні журналісти”, — або, з іншого боку, пропонувати їм зробити матеріал на певну тему». Зміна медіапростору принципово змінила процес репортажу. І підрозділ має більше інструментів, аніж будь-коли, щоб впливати на аудиторію або журналістів. Це має і переваги, й недоліки. Проте все повертається до мети створення, і цією метою було зацікавити якомога більшу кількість людей в АОІ, щоб мати чимало підписників у Facebook

і Twitter, навіть коли нічого особливого не відбувається. Тож побудовано платформу, яка стане ресурсом переходу до інформації, коли настане криза. А коли йдеться про Ізраїль і ХАМАС, то Фара Бейкер добре знає, що криза завжди поблизу: 2012 року обидві сторони зійшлися в короткій, однокотижневій війні, відомій як операція «Хмарний стовп».

У 2014 році, майже через п'ять років після першого виходу АОВ в соціальні медіа, Ізраїль знову розгорне війну з ХАМАСом, цього разу на 51 день — найдовшу війну в історії країни. Однак у цьому конфлікті він буде ліпше оснащений (ніж у будь-який інший час у своїй історії), щоб битися не тільки на військовому фронті, а й на фронті наративів. Операція «Непорушна скеля» демонструє, що повністю залучений *Ното digitalis* в протистоянні з державною армією та зможе використати всю повноту сили соціальних медіа. Операція «Литий свинець» була останньою війною Ізраїлю ХХ століття, операція «Непорушна скеля» стане її першою повноцінною війною ХХІ століття і підкреслить неунікність того, що військовий конфлікт вже ніколи не буде таким, як раніше.

Офіцер: *Militia digitalis* виходить на «поле бою»

Потужність влади, яку зараз має *Homo digitalis*, видно з операції «Литий свинець», з якої можна виснувати: щоб ефективно вести війну ХХІ століття, АОІ так само не може обійтися без підрозділу соціальних медіа у своєму складі, як не змогла б функціонувати без танків. Як ми бачили, соціальні медіа зрівняли можливості інституцій та окремих осіб. Асиметричний конфлікт уже не такий асиметричний. АОІ стикатиметься з ХАМАСом не тільки на полі бою, а й у кіберпросторі. Війну треба буде вести як на наративному, так і на фізичному рівні.

Для Фари та багатьох мешканців сектору Гази, це було очевидним. Не маючи змоги завдати поразки супротивнику, їхня сторона ніколи не могла сподіватися на перемогу у полі бойових дій. Наративна війна була єдиною, в якій вони могли би конкурувати, і найліпше, що могли зробити, — показувати світові шкоду, якої вони зазнають, і сподіватися, що світ діятиме. Проте Ізраїль прагнув, аби світ зупинився і дав йому спокій, поки Ізраїль досягне своїх військових цілей. Домогтися цього раніше було би відносно легко. Однак тепер сила палестинської наративної війни (яку продемонструвала Фара) була такою, що, попри

величезну військову перевагу, Ізраїль мав також перемогти або, принаймні, змагатися на рівні розповідей. Це пояснюють тим, що саме на наратив (а точніше — на вимір дискурсу, на формування якого майже суцільно спрямовано військові наративи, як ми розглянемо далі) спирається легітимність Ізраїлю, яка уможливорює для них застосування сили. Втративши цю легітимність, АОМ, і сам Ізраїль, відповідно, зазнали би катастрофічних загроз.

Із викраденням трьох ізраїльських підлітків і ракетним бомбардуванням, що ХАМАС завдав у відповідь, підрозділ Пітера Лернера був у бойовій готовності вже у перші дні липня 2014 року. Весь Ізраїль відчував, що серйозне збройне протистояння вірогідно розгорнеться от-от, і на підтвердження 8 липня підрозділ офіційно повідомив у твіттері, що Ізраїль воює з ХАМАСом. «АОІ розпочала операцію “Захисна стіна”, аби захистити цивільне населення Ізраїлю від тероризму ХАМАСу» — підпис, який супроводжувало фото пілота повітряних сил із лицем, повністю закритим білою кисневою маскою, який жестом віддає честь, приклавши руку в шкіряній рукавичці до авіашолома¹.

Лернер знав, що необхідно визначити стратегію війни в соціальних мережах і до того ж зробити це швидко. Утім, проблемою це не було. Підрозділ завжди був готовий до можливого конфлікту. Матеріали, підготовані заздалегідь, лежали у віртуальній картотеці: цілі папки на високопосадовців ХАМАСу, про тактику ХАМАСу, яка передбачає використання людських щитів і невійськової інфраструктури,

1 «The IDF's 10 Most Memorable Tweets Ever», IDF Blog, 21 березня 2016 року, <https://www.idfblog.com/blog/2016/03/21/ids-10-memorable-tweets-ever>.

і про військові прийоми АОІ, спрямовані на уникнення людських жертв. Усі вони були готові для трансляції через різні соціальні медіа-платформи. Основні відомості про АОІ у воєнний час були готові для використання слухної пори. Графічні дизайнери, відеокосанди, редактори й ті, хто — власне — писав, перебували в режимі очікування. Як завжди, план був дворівневим: спершу зайнятися із лицем, повністю закритим білою кисневою маскою ізраїльською аудиторією, а потім звертатися до міжнародної.

Відповідальність за міжнародну аудиторію припадає на Даніеля Рубенштейна, капрала-резервіста. Його поточні завдання в бюро соціальних медіа (він ніколи не мав офіційного титулу) — бути «головним редактором платформи соціальних медіа АОІ англійською мовою». Він відповідав за контент усіх англосовних соціальних медіа, який створював підрозділ прес-служби.

Сьомого липня 2014 року, за день до початку війни, ситуація в секторі Гази небезпечно загострилася. ХАМАС випустив 80 ракет, а в ніч проти 8 липня АОІ оголосила про початок операції «Захисна стіна». Вранці, саме перед тим, як Рубенштейн зайшов в автобус, дорогою на свою цивільну роботу в Єрусалимському центрі громадських справ, він перепитав у Саху Дратви, офіцера прес-служби (який безпосередньо доповідав Лернерові), чи був він того дня потрібний на роботі в АОІ. Йому сказали, що ні, тому він зайшов до автобуса.

Однак пізніше того ж дня Дратва подзвонив Даніелю. Говорив уже серйознішим тоном і для Рубенштейна це означало, що АОІ могла бути на порозі важливої операції. Дратва сказав, що тепер Даніелю необхідно приїхати. Вже прибувши до Єрусалима Рубенштейн з'явився не одразу, але сказав Дратві, що буде трохи згодом. Так і сталося:

звільнившись на цивільній роботі Даніель розповів Дратві, в якому напрямку — на його думку — розвиватимуться події. Невдовзі після того, як він приїхав у підрозділ, до нього прийшов офіцер з офісу зв'язку з документами, і Рубенштейн поставив підпис на пунктирній лінії: він знову був на посту. Рубенштейн повідомив про це Дратві, який, своєю чергою, повідомив Лернера. Даніель навіть не мав належної уніформи, поки один із його друзів не роздобув її для нього. Дев'ятого липня 2014-го він відправив імейл своїм співробітникам в Єрусалимський центр громадських справ. «Я офіційно в мілуїмі», — було темою листа та підтвердженням, що його офіційно викликали з резерву. Сам лист був коротким: «Працюю в офісі прес-служби АОІ в Тель-Авіві до подальших розпоряджень».

І так було протягом наступного 51 дня.

З уже укомплектованою командою Лернер мав реалізувати свою військову стратегію. Процес створення контенту вже налагодили: він полягав у п'яти кроках. По-перше, оцінити достовірність інформації про подію. Чи заслуговувала вона на створення контенту? Чи є вона актуальною станом на зараз? По-друге, підтримувати зв'язок із креативною командою в офісі для спільного пошуку ідей. По-третє, звертатися до представників прес-служби, що входять до складу армійських підрозділів на місцях, аби переконатися, що команда Лернера має актуальну інформацію. По-четверте, створити контент, що передбачає перетворення вибраного повідомлення або новинної події на щось привабливе для різних аудиторій. Графіка, твіти, зображення та відео — усе редагують і перекладають кількома мовами (підрозділ віддавав перевагу наративу оригінальною мовою, над субтитрам). П'ятий — і останній — крок полягав у тому, щоб

надати Лернерові контент на затвердження і включення в редакційний план на наступні 24 години.

Рубенштейн відповідав за покриття кілька платформ, але головними з них, на його думку, були Facebook, Twitter і YouTube. Він також був відповідальним за блог AOI, який був дуже важливим для просування глибшого посилу AOI, хоча на нього здійснювали кібератаки та неодноразово зламували. Та понад усе Даніель хотів відповідати за Twitter, тому що там «живуть» важливі люди. Він мав список впливових журналістів, які вели репортажі з Гази, і оновлював його залежно від того, хто з'являвся там чи залишав сектор. Він прагнув завжди знати, що говорять журналісти на місцях, і також поділився списком з колегами зі свого відділу та з відділом іноземних медіа, які використовували його для моніторингу журналістів, з якими регулярно спілкувалися.

На Facebook контент завжди мав шанс стати вірусним та, оскільки люди мали вподобати сторінку AOI, щоб відстежувати її, Рубенштейн відчував, що передусім має справу з людьми, які вже були їхніми прихильниками. Twitter дав йому змогу досягати ширшої аудиторії, не лише прихильників Ізраїлю, а й багатьох «невизначених», яких можна схилити на бік ізраїльтян, і це стало пріоритетом. Він також знав, що Twitter мав найбільший вплив у воєнний час. Іноді Даніель одержував військовий наказ або отримував від іншого відділу SMS-повідомлення поганенькою англійською, переписував їх доступною мовою і твітів. Він усвідомлював, що те, що починається в Twitter, не залишається в Twitter. Часто Рубенштейн перевіряв веб-сайт, скажімо, New York Times і розумів, що більшість їхньої інформації про військову діяльність Ізраїлю надходила з підрозділу прес-служби AOI. Як це було з твітом Фари, іноді стаття буквально вміщала твіт зі сторінки користувача.

Рубенштейн працював у денну зміну, яка тривала приблизно з 9:00 до 21:00, хоча часто він залишався й до другої ночі. Підрозділ працював у дві 12-годинні зміни, денною та нічною командами, забезпечуючи достатній запас контенту, для цілодобової трансляції новини і щоб мати змогу підготувати новий матеріал в разі появи новин. Як керівник денної зміни Рубенштейн мав працювати синхронно з керівником нічної зміни, щоб обоє знали, чого очікувати протягом 12 годин наступної зміни. Щоранку він приходив до офісу й цікавився у своєї команди, як просувається робота, що зробили за ніч, чи є відео або сюжети, які треба опрацювати. Потім Даніель перевіряв, що твітили журналісти. Частина дня незмінно проходила в очікуванні: з місць подій надходила інформація про перехоплення «Залізного купола» або сирени повітряної тривоги в Тель-Авіві, і команда мусила реагувати миттєво, готуючи й публікуючи новини. Та найбільша проблема полягала в тому, аби щодня підтримувати новинний градус, протягом 51-денної війни. До кінця операції нічна команда вже й не пригадувала, як виглядає світ Божий удень.

Рубенштейн знав два підходи до соціальних медіа в Ізраїлі. Перший полягав у тому, що основні міжнародні медіа ненавиділи Ізраїль, тому ізраїльські установи мають використовувати соціальні медіа, щоб обійти їх і напряму спілкуватися безпосередньо з глобальною аудиторією. Проте Лернер і Рубенштейн мали докази, що, коли підрозділ публікував чіткий і переконливий контент, традиційні медіа брали та використовували його. Відповідно, обоє дотримувалися другого підходу: підрозділ має зосередитися на формуванні способу, в який традиційні медіа розповідають про війну, а не просто закидати людей твітами. Мета Рубенштейна, відповідно до стратегії Лернера, полягала

у спробі вийти на журналістів і впливових лідерів думок, особливо в Сполучених Штатах.

Колишній досвід навчив Лернера, що існує кілька поширених тем чи наративів, у які має включитися і домінувати підрозділ, якщо вони сподіваються на бодай якийсь шанс впливати на громадську думку. Тож упродовж цих 51 дня Лернер пояснив своїй команді, що існують три основні сили, які треба просувати за будь-яку ціну. По-перше, це була ракетна загроза, під яку потрапляли громадяни Ізраїлю; по-друге, тунельна загроза у зв'язку з тим, що ХАМАС заглиблювався дедалі під землею, зокрема й проникаючи на територію Ізраїлю, що теж становило небезпеку життям цивільних; по-третє, і найважливіше, — військова тактика ХАМАСу — використання людських щитів. І ключем для розповсюдження цих наративів у соціальних медіа була здебільшого візуалізація.

Щодо першого посилу АОІ твердила, що війна розпочалася, коли ХАМАС неодноразово здійснював ракетні обстріли по містах і селах на півдні Ізраїлю. Нещодавно угруповання здійснило ракетні обстріли Тель-Авіва, Єрусалима та навіть Хайфи на півночі країни. Команда мала швидко поширити інформацію про те, що ХАМАС — агресор, і центральним у цьому є висвітлення загрози, яку ракети становили для цивільного населення Ізраїлю.

Щоб просунути наратив ракетних обстрілів мирних громадян, команда мала донести спочатку в себе вдома, що майже вся країна перебувала під загрозою обстрілів ХАМАСу. Рубенштейн знав із досвіду, отриманого під час конфлікту «Стовп оборони» 2012 року, що в соціальних мережах потрібно дати людям «хіт» — вони прагнуть бачити все, що ви хочете їм показати, з першого погляду. Аудиторія підрозділу — це люди, які швидко гортають стрічку новин

у смартфоні, й лише те, що впадає в око, змусить їх зупинитись і звернути увагу. Твіт змісту «Натисніть на посилання, щоб побачити все, що робить АОІ» здебільшого проігнорують. Тож Рубенштейн мав уміщувати все у 140 символів твіту або в короткі фейсбучні пости. І графіка, на його думку, була значно простіша для сприйняття.

Тому Рубенштейн сідав і пропрацьовував матеріали з графічним дизайнером, щоб полегшити сприйняття. Він готував кожне речення, переконуючись, приміром, що воно починається з дієслова (аби пересвідчитись, що кожне речення у твіті улягало певній структурі, що сприяє запам'ятовуваності). Потім він створював заголовок і підзаголовок, а потім міркував, що з матеріалом міг зробити майстер графічного дизайну. І найчастіше у них виходив мистецький твір — плакат.

Команда зробила кілька відеороликів, які ілюструють, як мало часу мали ізраїльські мирні мешканці, аби сховатися в укриттях у різних районах. Одне запам'ятовуване відео починалося зі слів: «Найшвидша людина у світі може пробігти 200 метрів за 20 секунд». Потім відео перейшло на фінал 200-метровки на Олімпійських іграх, у поєднанні зі звуком повітряної тривоги. Глядачі бачили кадри, де Усайн Болт мчить до перемоги впереміш з кадрами до смерті наляканих ізраїльських цивільних, які біжать до бомбосховищ. Наприкінці відео перегонів з'явилося просте повідомлення: «Під час ракетного обстрілу ізраїльтяни, які мешкають поблизу Гази, мають лише 15 секунд, аби добігти до бомбосховища»².

Такий контент завжди був у пріоритеті. Статистичні дані та факти варто упаковувати в те, що люди поширюють,

2 Sharona Schwartz, «Israel Publishes Video Showing Just How Little Time Some of Its Citizens Have to Seek Shelter from Bomb Attacks—Can You Guess How Long?» Blaze, 8 липня 2014 року.

постять або переглядають. Контент мав промовляти до аудиторії, або, можливо точніше, до «споживача». Лернер твердо стояв на тому, що підрозділ не вдаватиметься до оманливих заголовків, воєнний час — не час для послаблення стандартів, а привід брати більшу відповідальність. Він знав, що найуспішніші пости в соціальних мережах або смішні, або містять добру музику. Проте в цьому випадку про гумор не йшлося, а музика могла би підкріпити посил, утім, не *бути* самим посилом. Уміст послання мусив говорити сам за себе: бути потужним, але достатньо простим, щоб зачепити аудиторію і змусити їх роззявити рота. Коли я сидів у кабінеті Лернера в другій половині квітня, він прокрутив хронологію на фейсбук-сторінці АОІ, зупинившись, коли дійшов до «Захисної стіни». «Бачите, усе у графіці та відео, — сказав він мені. — Все візуальне. І, як ви бачите, кожне відео досягнуло аудиторію близько трьох мільйонів осіб».

Другий посил, над яким працював підрозділ того літа, — загроза, яку тунелі ХАМАСу становили для Ізраїлю. Наратив підкреслював, що ХАМАС перенаправляє міжнародні кошти, які можна було б використати з гуманітарною метою, на будівництво своїх тунелів. Одна інфографіка мала заголовок «Ціна тунелів ХАМАСу». Під ним зазначалося: «Один тунель ХАМАСу = 350 вантажівок будматеріалів. З цих матеріалів ХАМАС міг би побудувати 86 будинків, 7 мечетей, 6 шкіл чи 19 медичних клінік. Кожен тунель коштує 3 мільйони доларів. Наразі АОІ виявила 30 тунелів. Це 90 мільйонів доларів, які ХАМАС міг би інвестувати в добробут своїх людей»³. Графіка була чітка, вміщувалася в єдиний твіт і її було легко зрозуміти. Ідеально.

3 «The Gaza Underground», IDF Blog, <https://www.idfblog.com/operation-gaza2014/#Tunnels>.

Також підрозділ фокусувався на загрозі, яку тунелі становили для громадян Ізраїлю. Знову в хід пішла графіка, щоб трохи забарвити зміст: «ХАМАС використовує свою широку тунельну мережу в Газі для проникнення на територію Ізраїлю, здійснення ракетних обстрілів, контрабанди, зберігання зброї та облаштування командних центрів». Кожну тезу було проілюстровано (приміром, замаскований бойовик з РПГ на спині визирає з тунелю) картою підземного тунелю для більшої виразності⁴.

Останнім посилом — і, безперечно, найзначущішим із трьох — було використання ХАМАСом живих щитів. Зважаючи, що соціальні медіа постачали зображення майже кожної смерті цивільних у Газі, особливо дітей, у реальному часі та в найгрубішій формі, для АОІ було дуже важливо транслювати сильний контрнарратив. Убивства цивільних (випадкові, за твердженням АОІ) були найжорсткішою лінією нападу на Ізраїль протягом усієї війни, і тиск походив не тільки з твіттер-середовища і людей, як Фара, а й від журналістів, громадських організацій і навіть ООН і чиновників.

Частково проблема полягала в щільності населення Гази, повітряні удари неunikно завдавали побічної шкоди. Людям просто було нікуди ховатися. Проте головна проблема, з погляду АОІ, — полягала у використанні ХАМАСом живих щитів. Угруповання досягало військових цілей коштом життів невинних цивільних, намагаючись запобігти нападам Ізраїлю. Свідчення такої практики в ідеалі мали б надходити насамперед від незалежних журналістів (забезпечуючи те, що підрозділ називає верифікацією третьої сторони — підтвердженням з не-ізраїльських джерел), які

4 Там само.

підрозділ мав відстежувати і перепощувати чи ретвітити⁵. Проте відділ Лернера не міг покладатися тільки на інші джерела. Вони мав проактивно вести контрнарративний наступ. Знову їхній підхід зосереджувався на зображеннях і графіці, часто з використанням власних відеоматеріали ХАМАСу проти них. «Речник ХАМАСу Самі Абу Зухрі виступає за використання цивільного населення як живих щитів: офіційний телеканал ХАМАСу, Al Aqsa TV» звучав заголовок до одного відео, в якому Абу Зухрі нахваляв цивільне населення Гази за те, що вони «готові пожертвувати собою, ставши проти ізраїльських військових літаків... і ми, ХАМАС, закликаємо наших людей діяти так само»⁶.

Наближеність підрозділу до передової та польових координаційних центрів мала критичне значення. Окрім того, що до підрозділу входили члени Південного командування АОІ в Гази та могли передавати відповідні матеріали, вони також мали міцні службові стосунки з розвідкою АОІ, зокрема з відділом, який займався суто відкритою інформацією: солдати слухали радіо ХАМАСу, переглядали телебачення ХАМАСу і фіксували свої знахідки у звітах, що зазвичай залягали мертвим баластом. Проте кілька років тому хтось із прес-служби підрозділу попросив відділ поділитися якоюсь корисною інформацією, що підійшла би для використання у соціальні медіа. Відтоді підрозділ мав

5 Див., скажімо, France 24 відео ракет перед квартирами поруч із будівлею ООН, «Exclusive: Hamas Rocket Launch Pad Lies Near Gaza Home», France 24, 8 липня 2014 року, а потім <https://twitter.com/IDFspokesperson/status/496729412046315521>, 5 серпня 2014 року. Також «NDTV Exclusive: How Hamas Assembles and Fires Rockets», YouTube-відео, де ХАМАС встановлює та стріляє ракетами з-під навісу біля готелю, 5 серпня 2014 року, https://youtu.be/A_fp6mINsk8, а потім <https://twitter.com/IDFspokesperson/status/496660792993800192?lang=en>, 5 серпня 2014 року.

6 «Operation Protective Edge», IDF Blog, <https://www.idfbog.com/operation-gaza2014/#Humanshields>.

у своєму розпорядженні величезну кількість супутникових знімків, довідників ХАМАСу та карт, які знайшли в Газі, на додачу до записів телеканалів ХАМАСу, які наказували людям ігнорувати попередження АОІ про евакуацію.

З'явилось ще одне відео з відеокадрами ракет ХАМАСу в супроводі драматичної музики та повідомлення: «ХАМАС використовує цивільні райони для захисту своїх терористів та інфраструктури в Газі. Приховані ракетні установки, сховища зброї та командні центри розташовано в цивільних районах. Деякі з них навіть розміщено всередині будинків», — розповідав закадровий голос. На відеозаписі демонструвалися оригінальні тексти ХАМАСу з графічними виділеннями і позначеннями закликів цивільних осіб залишитися в районах, з яких АОІ наказала їм евакуюватися⁷.

Найважливіше було подати цю точку зору. Лернер і всі, хто працював під його керівництвом, розуміли, що і засоби масової інформації, і широка громадськість орієнтовані на інтереси людини: вони завжди зосереджуватимуться на людях, які постраждали від конфлікту (саме тому, для прикладу, розповідь Фари стала таким хітом), і байдуже, чому вони постраждали. Якщо, скажімо, АОІ обстріляли би двір мечеті, то важливо було би говорити не про двір мечеті, а показати ракетну установку всередині. Звідти ви могли б, скажімо, провести лінії траєкторії пострілу від цієї установки, аби показати цивільні будівлі в досяжності її обстрілу — хоч то будинки, чи школи або й об'єкти ООН.

Лернер зрозумів, що соціальні медіа, особливо Twitter, — це в найпершу чергу, наслідок без причини. АОІ мала безперервно працювати над тим, щоб донести до користувачів

7 Там само.

соціальних мереж розуміння причин або, принаймні, контексту. Скажімо, АОІ нескінченно звинувачували в націлюванні на будинки, що було правдою. Рубенштейн працював з адвокатами так само, як і з дизайнерами, створюючи плакат, який визнав, що АОІ націлювалася на будинки, пояснюючи, чому вона це робила. Він придумав чіпке гасло: «Коли будинок є домом? А коли стає законною військовою ціллю?» Потім графічний дизайнер створив до нього інфографіку, показуючи будинок із нормальною спальнею поруч з операційною кімнатою, а потім вітальню поруч із приміщенням для зберігання озброєння⁸. На сторінці у Facebook використовували те саме зображення, проте зробили повідомлення ще яснішим, із додатковим текстом: «Коли будинки використовують для військових цілей, вони можуть стати законними військовими цілями відповідно до міжнародного права»⁹.

На думку Лернера, існує постійна потреба озвучувати й демонструвати реалії сьогоденного збройного конфлікту, серед яких найбільшої уваги потребують виклики асиметричної війни. Від Іраку до Сирії та Гази урядові військові змушені боротися з противниками, позиціонуються на цивільній арені. Ба більше, Лернер сказав мені, що військовослужбовці мусять дотримуватися законів, а «терористичні організації використовують ці закони, щоб вас атакувати». Саме ця концепція підкріплювала значну частину результатів роботи АОІ під час операції «Захисна стіна».

Лернер стверджує, що гуманітарна відповідь АОІ на використання ХАМАСом живих щитів фактично ставить під

8 <https://twitter.com/idfspokesperson/status/489047478998540288>, 15 липня 2014 року.

9 Див. сторінку АОІ на Facebook, 11 липня 2014 року, <https://www.facebook.com/idfonline/photos/pb.125249070831305.-2207520000.1410427987./804544759568396>.

загрозу власних солдатів. Він сказав мені, що одна з перших речей, яку дізнався, будучи курсантом офіцерського курсу—важливість елемента несподіванки. І, на його думку, в операції «Захисна стіна» АОІ поступилася цією перевагою: вони скидали листівки, надсилали повідомлення та оголошували по радіо якого дня та котрої години цивільні мусять евакуюватися¹⁰. По суті, АОІ забезпечували собі ж засідку, позаяк ХАМАС знав, коли та де вони вдають. Лернер простежив, щоб контент підрозділу відобразив цей факт, твітаючи та постячи кадри скидання листівок та зображення текстових повідомлень, що їх надсилали населенню Гази, перекладені англійською, французькою, іспанською та арабською мовами¹¹.

На додачу до цього розміщували відеоматеріали, де ізраїльські військові на місцях намагаються не зашкодити цивільним. «АОІ працює над запобіганням прецедентів цивільних жертв у секторі Гази» —заголовок відеоролика, який зняли 9 липня 2014 року, наступного дня після початку війни¹². Відеокадри з літака АОІ показують місцевість, поки пілот через тріскотливе радіо обговорював потенційні цілі з оператором, який перебував на базі. «Усю територію залюднюють цивільні», —повідомив він. — «Багато дітей. Зараз у межах 10–15 метрів від конструкції перебуває близько 15 осіб», — прозвучало у відповідь. «Розумію,

10 Слід також зазначити, що Гаазькі конвенції 1907 року, які затверджено відповідно до міжнародного права, означають, що держава зобов'язана інформувати цивільних осіб під час військових дій щодо ймовірності бомбардування.

11 Див., скажімо, «The IDF's Eff rts to Minimize Civilian Casualties in Gaza», IDF Blog, <https://www.idfblog.com/operationgaza2014/#Casualties> і <https://twitter.com/IDFSpokesperson/status/503177166117298177>, 23 серпня 2014 року.

12 AOI, «IDF Avoids Civilians [sic] Casualties in Gaza, Hamas Increases Them», YouTube, 9 липня 2014 року, <https://youtu.be/VTArVIHDelg>.

переходимо до іншого об'єкта», — доповів пілот¹³. Чи був пілот мотивований щирою турботою про людське життя чи загрозою чергової PR-катастрофи, прес-служба підрозділу по максимуму використала цей запис. Тимчасом як ХАМАС працював над розповсюдженням кадрів руйнувань і загиблих дітей, АОІ так само важко працювали, доносячи публіці контекст.

Рубенштейн використовував соціальні медіа під час операції «Хмарний стовп» 2012 року, в якій АОІ оголосила війну твітом (перша армія в історії, яка розпочала війну саме так)¹⁴. Насправді, саме Рубейнштейн і затвітив це оголошення війни. «Плану про оголошення війни в Twitter ніколи не існувало», — сказав він мені. — Генерал, який очолював підрозділ, дав брифінг ізраїльським військовим журналістам. Моя офіцер [заступниця Дратви на той час] прийняла дзвінок, принесла мені нотатки і сказала: «Ось, можете це затвітити». Я зробив офіційну заяву в Twitter, перш ніж репортери мали шанс опублікувати те, про що тільки-но почули на брифінгу».

Проте це був восьмиденний конфлікт. «Захисна стіна» триватиме майже два місяці. І період двадцяти чотирьох годин між 28 і 29 липня змусив Рубенштейна дійсно зрозуміти вплив соціальних медіа на досягнення цілей підрозділу, як з позиції проектування власного нарративу (в цьому випадку контрнарративу — щодо дезінформації), так і впливу на висвітлення війни у пресі, що, своєю чергою, формувало дискусію про війну на найважливішому рівні — політичному.

13 АОІ, «IDF Aircraft Calls Off Strikes to Protect Gazan Civilians», YouTube, 14 липня 2014 року, <https://youtu.be/PuL-OA84p54>.

14 https://twitter.com/IDFSpokesperson/status/268722403989925888?ref_src=twsrc%5Etfw, 14 листопада 2012 року.

Було вже по полудню 28 липня, і, здавалося, це звичайний день. Рубенштейн сидів за столом, перевіряючи Twitter. Як завжди, він зосереджувався на тому, що твітили журналісти з Гази. Прокручуючи свій канал, Даніель різко зупинився, побачивши твіт від Аймана Могельдіна з NBC News: «Ізраїльський авіаудар поціливі у амбулаторне відділення в лікарні Shifa. Тамтешні палестинські медіа повідомляють, що загинуло кілька дітей. #gaza»¹⁵. Це було недобре. Рубенштейн також не думав, що це може бути правдою. Та коли побачив твіт, відразу зрозумів, що підрозділ зіткнувся з кризою: відомий репортер із майже 150 тисячами підписників у Twitter публічно звинуватив Ізраїль у бомбардуванні найважливішої лікарні в секторі Гази. Подейкували, що це ХАМАС діяв із підвального приміщення лікарні, на додачу протягом війни туди постійно навідувалися представники медіа. Ситуація була, як ніколи, заплутаною. Та все ж Рубенштейн негайно поінформував свого начальника, Дратву, і попросив його зробити кілька телефонних дзвінків, аби з'ясувати, що сталося. На той час він не міг ужити заходів, але повідомив про кризову ситуацію. Це була 17:24.

Через дев'ять хвилин Могельдін знову запостив у Twitter. «ДВА (2) УДАРИ в #Gaza за останні 45 хвилин: 1) по амбулаторному відділенню лікарні Shifa і 2) по табору біженців Al Shati»¹⁶. Ізраїль журналіст у твіті не згадував, але Рубенштейн розумів, зважаючи на те, що твіт був оновленням, щодо попереднього на сторінці Мохельдіна, що той звинувачує Ізраїль у двох бомбардуваннях упродовж 45 хвилин не по одній, а по двох важливих цивільних цілях. Проблема щойно ускладнилася. Була 17:33.

15 <https://twitter.com/AymanM/statuses/493764019237302273>, 28 липня 2014 року.

16 <https://twitter.com/AymanM/status/493766225516691456>, 28 липня 2014 року.

Твіти Могельдіна набирали обертів: «Ізраїльський удар по табору Shati: жертви кинулися до шифи цивільними автівками, на мотоциклах та в каретах швидкої допомоги¹⁷. Наразі відомо про понад 30 жертв». Вже не було сумнівів, що на порядку денному в підрозділу опинилася серйозна криза. Це була найгірша позиція для Рубенштейна, позаяк він не хотів реагувати на кризи — він хотів скеровувати дискурс довкола конфлікту. Понад усе він бажав, щоб АОІ досягла своєї мети без шкоди для цивільних. Це було ускладнення на полі бою, яке загрожувало стати політичною проблемою. Він був стомлений, знервований і тримався на самому екседрині. Була 17:47.

Проте телефонні дзвінки Дратви досягли результату. Прес-служба підрозділу отримала інформацію від відповідних військових частин, і це дало змогу АОІ надіслати першу інформацію всім репортерам у їхньому списку за допомогою SMS. Могельдін скопіював і затвітив їхнє повідомлення: «АОІ: палестинці, убиті в таборі біженців Shati у секторі Гази й удар по лікарні Shifa були результатом ураження ракетами ХАМАСу, що впали у секторі Гази»¹⁸. Це була 18:46, година і двадцять хвилин після першого твіту. Відповідь з огляду на час, який минув до її появи, може здатися запізнілою, але насправді Рубенштейн був щасливий: для війни це була добре виконана робота. Підрозділ потребував часу, аби розвідати, що сталося, — очевидно, не можна було просто викликати пілота й запитати, чи він скинув бомбу на лікарню. Проте, зрештою, з'явилася інформація: дуже важливі деталі, найважливішим було те, що АОІ, безумовно, не бомбардували нічого в тому районі,

17 <https://twitter.com/AymanM/status/493769720760262658>,
28 липня 2014 року.

18 <https://twitter.com/AymanM/status/493784685684596737>,
28 липня 2014 року.

а також, що обстріл стався приблизно о 16:58. Озброївшись актуальною інформацією, АОІ тепер відповіла офіційно.

Підстави, щоб спочатку відправити SMS-повідомлення журналістам, замість затвітити офіційну відповідь чи заповстити її на Facebook (обидва варіанти охопили би більшу аудиторію), були простими: по-перше, це гарантувало, що репортери не пропустять інформацію, і, по-друге, це давало журналістам змогу затвітити це першими, що, по суті, було формою підкріплення третьою стороною. Неодноразово Рубенштейн писав SMS-повідомлення і бачив, що репортери перепощують його дослівно після фрази «Джерело в АОІ повідомляє...» — саме так, як зробив Могельдін. Незабаром після того, як SMS-повідомлення було надіслано, Рубенштейн затвітив офіційну відповідь АОІ: «Нещодавно терористи в Газі здійснили кілька ракетних ударів по в Ізраїлю. Одна з них поцілила в лікарню Al-Shifa в Газі. Друга вибухнула в таборі біженців Al-Shati»¹⁹. Зараз увесь світ побачить відповідь АОІ. Контрнатив публічно запущено. Була 18:56.

Реакція була майже миттєвою. Могельдін написав статтю про обстріл, яку опублікували майже одразу після його твітів. У NBC тепер мусили оновити й змінити історію, зокрема, додати короткий параграф із спростуванням АОІ на їхні попередніх дописи²⁰. Ба більше, Daily Dot підхопив історію і випустив власну статтю під заголовком «Новини NBC видаляють заяву журналіста про повітряний удар Ізраїлю по сектору Гази». У статті йдеться про те, що «після обстрілу табору біженців Al-Shati в північній частині Гази, внаслідок якого, як повідомляють, загинуло щонайменше

¹⁹ <https://twitter.com/IDFSpokesperson/status/493787191621849088>, 28 липня 2014 року.

²⁰ Ayman Mohyeldin, «Strikes Near Gaza's Shifa Hospital, Refugee Camp kill at Least 10», NBC News, 28 липня 2014 року.

10 осіб, NBC News спочатку поклали відповідальність на сили ізраїльської оборони. Проте згодом, після того, як статтю опублікували на сайті, слова “ізраїльський удар” вилучили»²¹. Оновлення статті саме стала історією, що додатково підкріплювала заяву АОІ. Контрнарратив вийшов за межі соціальних медіа і поширився у медіа традиційні.

Пізніше ввечері підрозділ отримав інформацію з радара, який міг відстежувати ракетний вогонь, що дало Рубенштейнові змогу створити просту графіку, яка продемонструвала чотири червоні лінії з точок запуску ракет—усі вони були розташовані в Газі. Одна з них явно пішла на лікарню Shifa, друга—на табір біженців Shati. З двох інших ракет одна впала в море, а другу перехопила протиракетна система Ізраїлю «Залізний купол». Звісно, скептики або ХАМАС могли б сказати, що це вигадка, але підрозділ тепер мав докази, щоб транслювати свій контрнарратив. Це була сильна і чітка заява, яку не можна було витлумачити хибно, і Рубенштейн твітів зображення із супровідним текстом: «Сьогодні терористи обстріляли Газу ракетами, сподіваючись убити ізраїльтян. Замість цього вони поцілили в лікарню й у табір для біженців у Газі»²². Була 2:28.

Минуло приблизно дев'ять годин між первинним твітом Могельдіна та громадським спростуванням, яке базувалося на доказах АОІ. Рубенштейнові було особливо приємно, коли він переглядав свій канал у Twitter цієї ночі й натрапив на твіт від італійського журналіста Габрієля Барбаті, нейтрального джерела—відносно непомітного

21 Dell Cameron, «NBC News Deletes Journalist's Claim of an Israeli Air-strike on Gaza», Daily Dot, 28 липня 2014 року.

22 <https://twitter.com/IDFSpokesperson/status/493900772988682241>, 28 липня 2014 року. Слово «сьогодні» у твіті є незначною помилкою, позаяк його розмістили після півночі, але це все ще було «сьогодні» у Сполучених Штатах.

хлопця з порівняно невеликою кількістю підписників: «Тікайте з #Gaza подалі від відомсти #Hamas: вчора хибне ракетне влучання призвело до дитячих смертей в таборі Shati. Свідок: військові кинулися розчищати завали уламків»²³. Рубенштейн почувався піднесеним: ось журналіст підтверджував офіційну лінію, покладаючи відповідальність не на АОІ, а на ХАМАС. Даніель одразу ж ретвітнув його, показавши твіт Барбаті кожному фоловеру облікового запису АОІ у Twitter. Для військових це був «святий грааль» інформаційної війни: верифікація третіх сторін. Для Барбаті — день невеличкої зірковості. Було 29 липня, 17:46.

Рубенштейн припускав, що хтось із ізраїльського Міністерства закордонних справ контролював роботу підрозділу та використовував його там, де це було доречно, але цей процес загалом був повільним. Цього разу йому пощастило: один із його добрих друзів був помічником ізраїльського посла у США Рона Дермера. Щойно опублікувавши інфографіку, Рубенштейн переслав її тому другові через WhatsApp. Так склалося так, що саме того вечора Дермер запланував візит на канал MSNBC і його помічник зателефонував на шоу за кілька годин до того, аби повідомити: посол, щоб прояснити плутанину, використовуватиме інфографіку. Дермер був у прямому ефірі на MSNBC із роздрукованою інфографікою Рубенштейна у руках, її протягом кількох секунд демонстрували на екранах, показуючи мільйонам американців офіційну відповідь АОІ²⁴. І знову сила демонстрації зображень була очевидною. Воно дало телевізійній мережі іншу картинку на екрані, ніж фотографії померлих дітей. Інфографіка ніколи не могла

23 <https://twitter.com/gabrielebarbati/statuses/494131918732926976>, 29 липня 2014 року.

24 Andrea Mitchell, «Where Does Israel, US Relationship Stand?», MSNBC, 29 липня 2014 року.

дорівнятися до тих кадрів, та це було найліпше, що міг протиставити Ізраїль, і зробили її кілька хлопців з маленького офісу в Тель-Авіві менше ніж двадцять чотири години тому.

Для Рубенштейна це був чудовий приклад того, як соціальні медіа можуть формувати військовий дискурс. Однак цього разу підрозділ пішов навіть далі, ніж битва конкуруючих наративів: вони надав високопоставленому посадовцеві, який мав можливість говорити про те, що не могли сказати прес-секретарі, інструмент для виведення контр-наратива на політичний рівень та демонстрації свідчень Ізраїлю в дипломатичних колах. Тепер Дермер міг представити докази АОІ президентові чи держсекретарю США, їх навіть можна було б подати в ООН, якби виникла потреба. Рубенштейн ніколи не розумів влади соціальної війни у воєнний час.

Результати діяльності АОІ в соціальних мережах за ці 51 день чітко показують, чого армія навчилася з невдач операції «Литий свинець». Проте залишається питання: хто виграв війну 2014 року? Десять років тому відповісти на це питання було би легко. На перший погляд, відповідь здається простою ще й досі. Наприкінці операції «Захисна стіна», за оцінками ООН, загинуло щонайменше 2108 палестинців, зокрема 1462 цивільних осіб, із яких 495—діти, а 253—жінки. Ізраїль стверджував, що близько 1000 загиблих були бойовиками ХАМАСу. Тим часом 66 військовослужбовців ізраїльської армії загинули в бою, а також шість ізраїльських цивільних осіб і один громадянин Таїланду, яких убили ракетами та мінометами, що випустили з боку сектору Гази²⁵. АОІ також знищила щонайменше 34 тунелі й змусила ХАМАС витратити майже дві третини свого

25 «Gaza Crisis: Toll of Operations in Gaza», BBC News, 1 вересня 2014 року.

10-тисячного ракетного арсеналу²⁶. У чисто операційному плані це був безперечний успіх для Ізраїлю.

АОІ засвоїла й інші уроки з операції «Литий свинець», під час якої уряд заборонив журналістам в'їжджати до Гази, скеровуючи їх користуватися переходом із Єгипту. Така відсутність прозорості стала однією з причин негативних звітів ООН у грудні 2008 року. «Доповідь Голдстоуна» щодо дій АОІ в Газі спершу містила звинувачення Ізраїлю у військових злочинах. Важливо, що в доповіді йшлося про медійну політику Ізраїлю, позаяк колишній південноафриканський суддя, який очолював розслідування, Ричард Голдстоун, заявив, що «обмеження, накладені на представників преси у поєднанні з коментарями директора урядового прес-центру, викликає занепокоєння в медійних колах, бо має на меті контроль над інформацію про конфлікт»²⁷.

Натомість 2014 року журналістів було допущено в сектор Гази, що, в поєднанні зі значно прозорішою комунікацією АОІ, яку добре помітно в соціальних мережах, убезпечило від чергової директиви ООН щодо припинення вогню, як це сталося з «Литим свинцем». І, головне, вже не послідувало доповіді Голдстоуна. Вдале використання армією соціальних медіа дало Ізраїлю змогу впливати на політичну ситуацію, оминаючи традиційні медійні канали. АОІ стала першою державною армією в історії, яка повністю використовувала силу *Homo digitalis* у своїх лавах під час бойових дій. Відбулося народження *Militia digitalis*.

Історія прес-служби підрозділу під час операції «Захисна стіна» дає зрозуміти, наскільки глибоко в АОІ усвідомили

26 «Operation Protective Edge in Numbers», YNetNews, 28 серпня 2014 року.

27 Adam Horowitz, Lizzy Ratner, and Philip Weiss, «The Goldstone Report: The Legacy of the Landmark Investigation of the Gaza Conflict» (New York: Nation Books, 2011).

важливість наративного виміру війни, який через технології соціальних медіа сягав раніше немислимого рівня. Наполегливість, з якою АОІ просували свої контрнарлативи у просторі соціальних медіа, однозначно свідчить про цей факт. У цьому сенсі історія еволюції АОІ від інституції далекої від соціальних медіа до установи, що інтегрує нові інформаційні технології як засадничий елемент військової доктрини є історією еволюції війська ХХ століття в армію ХХІ століття.

Військові розуміють, що фізичне поле бою вже не є найважливішою ареною конфлікту. Для країни, яка регулярно воювала протягом останніх 20 років і сприймала концепцію військової могутності як запоруки власного існування, ця світоглядна зміна була разючою. Соціальні медіа вивільнили потугу, яку Армія оборони Ізраїлю мусила прийняти.

Цей, певно, найбільш політизований військовий конфлікт останнього п'ятдесятиліття, дає усвідомлення, що політика вже не може бути відокремленою від війни. Ізраїль — маленька країна, яка потребує підтримки потужніших держав, особливо Сполучених Штатів. Ця критична необхідність була очевидною у грудні 2016 року, з огляду на фурор, що спричинило рішення Вашингтона утриматися щодо резолюції Ради Безпеки ООН, що засуджувала розширення ізраїльських поселень на Західному березі ріки Йордан й унеможлививши подальше накладення вето. Відповідно, 2014 року зусилля АОІ були тою ж мірою політичними, як і військовими, їхні операції мали кілька важливих цілей, скажімо, зниження (якщо не усунення) тунельної загрози, проте ключовою серед них була необхідність підтримки інформаційних операцій.

Війни тепер ведуть у кількох вимірах. По-перше, це фізичний вимір: солдати стріляють у солдатів, танки по танках,

літаки скидають бомби. По-друге, це інформаційний вимір чи вимір наративів — битва, в якій прес-служба підрозділу АОІ брала участь проти Фари та інших про-палестинських користувачів Twitter. Одначе є й третій вимір військового протистояння, особливо коли воно стосується невеликих країн, як-от Ізраїль. Саме на нього передусім має вплинути наративна війна, і його найліпше описати як вимір дискурсу. Простіше кажучи, війна наративів оформлює сирі дані, які надходять із зон бойових дій. При цьому завдання *полягає* у трансляції цих сирих, необроблених даних (навіть якщо вони необ'єктивні) з поля бою в інформаційний простір. Потім світ, у ролі спостерігача, перетравлює ці дані та формує свою думку про конфлікт. Виходячи з цього, світ вирішує, куди схиляється симпатія, яку проявляють у формі підтримки або опозиції як населення, так і — що важливіше — посадовці на політичному рівні. Кожен твіт або пост із інфографікою, які поширював підрозділ у ході наративної війни, було створено для формування на дискурсивному рівні такого уявлення про конфлікт, яке гарантувало би, незмінну й сталу політичну підтримку Ізраїлю. Громадськість рідко ознайомлюється з необробленою інформацією, особливо у военний час. Радше, світова спільнота здобуває інформацію крізь ті фільтри, яким довіряє. Попри те, що вся інформація — каналу ВВС, традиційних, чи нових медіа — проходить процес фільтрації. Ізраїльський обстріл або терористична атака ХАМАСу є сировиною, навколо якої формують наратив, оформлюючи факти і цифри. Майже завжди мета наративу полягає в емоційному впливі на читача або глядача і, таким чином, впливі на війну на дискурсивному рівні. Як пояснив доцент кафедри комунікації та міжнародних досліджень Бостонського коледжу Метт Сенкевич, «звичайний громадянин не заглиблюється

в дані, логіка тут відіграє незначну роль, а погляди формуються на основі емоцій»²⁸.

Те, що дає дрібним націям змогу боротись у війнах, є рівнем дискурсу. Ізраїль — невелика країна, і, хоча вона світовий лідер у виробництві зброї (навіть експортує), все одно отримує значну військову допомогу від США. Більшість дрібних держав купують зброю у великих, що означає: якщо вони хочуть продовжувати отримувати цю зброю, то мають обґрунтовувати її використання. Для такої країни, як Ізраїль, дуже важливо, щоб Сполучені Штати продовжували підтримувати їх, тому Ізраїль має виграти дискурсивну війну у Вашингтоні. Якщо ж програють її, то допомога в майбутньому може послабитися й у ворогів почнуть з'являтися небезпечні ідеї.

Успіх глобальної дискурсивної війни Ізраїлю неоднозначний. Він програє війну в арабському світі, а також в частинах Південної Америки та Європи. Та найважливіше, що він виграє її у Вашингтоні, а також серед урядів провідних європейських держав: Франції, Німеччини та Сполученого Королівства. Звісно, ця боротьба нерівна. Думка урядів в Афінах чи Боготі про Ізраїль не така важлива, як у Вашингтоні або Лондоні. А з підтримкою Вашингтону, загалом Ізраїль міг діяти на свій розсуд у военний час²⁹.

За словами Сенкевича, до виникнення громадянської журналістики розвиток дискурсу у США був передбачуваний. Спочатку уряд і медіа висували на перший план загрозу для Ізраїлю, тоді фокусуються на необхідності збройної відповіді з боку Ізраїлю, зрештою проводять аналіз супутніх руйнувань, потім відкривають обговорення

28 Скайп-інтерв'ю автора з Меттом Сенкевичем, 28 липня 2014 року.

29 Є, звісно, певні винятки, скажімо, коли тодішній держсекретар Генрі Кіссинджер погрожував скоротити всю подальшу допомогу Ізраїлю, якщо ізраїльські сили просунуться далі в Єгипет під час Війни Судного дня 1973 року.

щодо припинення вогню. У попередніх війнах, як-от війна в Перській затоці впродовж 1990–1991 років або Війна Судного дня 1973 року в Ізраїлі, американка, яка переглядає телевізор у себе вдома у Західній Вірджинії, бачить кадри зруйнованої лікарні, в яку випадково влучили війська коаліції або ізраїльтян, але це нагода застосувати художню екстраполяцію, та уявити мертві й розірвані тіла дітей і немовлят, які, безсумнівно, лежали всередині.

Військовий наратив Ізраїлю базується на чіткому наборі принципів: право на самооборону, право на реагування, право на захист єврейського життя практично за будь-яку ціну. І цей наратив потужно промовляє, особливо до німецької чи американської аудиторії. Доти, доки все залишається на цьому дискурсивному рівні, ізраїльський уряд може розраховувати на домінування над палестинським наративом віктимізації. Звісно, палестинський дискурс апелює всьому світові, але цього недостатньо, щоб переконати великих гравців зупинити Ізраїль, коли той відчуває, що мусить боротися. І найважливіше, що жінка, яка дивиться телевізор у Західній Вірджинії, продовжує підтримувати Ізраїль.

Проте зі злетом соціальних медіа боротися у війні дискурсу на засадах принципів—як на політичному, так і на громадському рівнях—вже може бути не достатньо. Для жінки в Західній Вірджинії ізраїльська війна тепер уже не виключно про право Ізраїлю захищатися, ідеться про фотографії мертвих дітей, які вона бачить щоразу, коли заходить до Facebook або Twitter, зображення, які резонують на особистому рівні, як того не здатен досягти жоден політичний аргумент. І йдеться не тільки про образи, а й про їх засилля. За операції «Захисна стіна», приміром, ступінь руйнування, що відбувався на території Гази, викликав

глобальний протест. Це саме візуальний аспект був новинкою і, на думку прес-служби АОІ, відіграв найбільшу роль.

«Сили АОІ широко критикують, та вони однак мають підтримку високопоставлених чиновників США, — говорить Сенкевич. — Бачимо деякі випадки критики, утім, у Вашингтоні АОІ досі вважають надійною, а її заходи — виправданими. Вже той факт, що це, ймовірно, може змінитися, підтверджує ступінь впливу громадянської журналістики. Раніше ця ідея здавалася мені неможливою. Проте не тепер». Не маючи можливості завдати серйозної шкоди солдатам Ізраїлю, ХАМАС не може змусити Ізраїль припинити військове протистояння у Газі. Якби угруповання мало можливість загрожувати значною кількістю жертв серед мирних ізраїльтян, аби боротьба з ХАМАСом стала неприйнятною для ізраїльської громадськості, так вони б змусили АОІ припинити протистояння. Та позаяк вони не можуть, тому й не роблять цього. Замість завдати відчутних втрат ворогові, угруповання дозволяє власним співгромадянам транслювати свої втрати в соціальних мережах, щоб зробити їх нестерпними для глобальної спільноти. Обурення має бути міжнародним. Саме це Габі Сібоні, колишній начальник штабу першої піхотної бригади «Голані», однієї з найушлавлених піхотних частин АОІ, визначає за основну мету використання ХАМАСом «доктрини жертви», спрямованої на погіршення статусу Ізраїлю на міжнародній арені, за рахунок ескалації Ізраїльських операцій задля максимізації втрат серед цивільного населення Газі³⁰. І ще раз, ключем є те, щоб розповсюдити наратив. Як висловився представник ХАМАСу Іхаб аль-Гусейн під час операції «Захисна стіна»: «Ми не просто фотографуємо

30 Yair Lapid, «The Imperative of Integrated Israeli Power», War on the Rocks, 10 березня 2017 року.

мертві тіла... Ми розповідаємо [історію] цієї сім'ї і те, як їх убили за сніданком»³¹.

Соціальні медіа дали ХАМАСу інструменти, за допомогою яких можна виконувати цю роботу ефективніше, ніж будь-коли раніше в історії війни. Через два роки після «Захисної стіни» Ізраїль досі перемагає в дискурсивній битві, де це має значення. Проте вплив соціальних медіа цілком може означати, що АОІ матиме менше свободи дій у своїй наступній операції в Газі. Ізраїль зберігає своє право на самооборону та неодноразово демонстрував, що завдаватиме удару тоді, коли відчуватиме загрозу, навіть якщо США такі дії засуджуватиме³². Проте медіа-ландшафт, довкола військового конфлікту, що формує його дискурсивні битви, змінився незворотно. У кожній війні Ізраїль має певну мету, якої мусить досягти, і вже продемонстрував, що досягатиме її. Крім того, ідеться про те, що саме світ готовий толерувати—у медіа-середовищі, яке перебуває зараз у гострішій опозиції до урядових структур як АОІ, ніж у будь-коли раніше у новій історії.

У підсумковій статті 1978 року під назвою «Новинна сітка» соціологиня Гайє Тухман виступила з дослідженням того, як створюють і споживають новини. При цьому вона висунула ідею «сітки новин», яку назвала «моделлю розподілення персоналу, яку використовують медійні організації», котра, в свою чергу, «нав'язує структуру соціальної дійсності». Тухман зауважила: широка громадськість сприймає новини як усе, що відбувається в житті, коли насправді в новинах є лише те, що відбувається в межах певних зон,

31 Petros Iosifidis and Mark Wheeler, «Public Spheres and Mediated Social Networks in the Western Context and Beyond» (London: Palgrave Macmillan, 2016), 270.

32 Див., скажімо, вибух іракського ядерного реактора в Озіраку 1981 року.

журналістами, яких призначено покривати саме ці зони, й у межах тих-таки зон транслюються події, які вважають достатньо значимими, аби вписуватись у сітку.

Новинна сітка—це принцип, який керує новинами вже понад століття, і в його основі лежить процес централізації. Як пояснює Тухман:

У 1830-ті роки, коли виникла модель сучасної американської газети, посилення конкуренції за рекламу, якого досягли шляхом нарощування циркуляції, привело газети до побудови централізованих каналів інформації. Вони нагадували пуповини, що пов'язували редакції з джерелами їхнього життєзабезпечення.. Зіткнулися з інтенсивною конкуренцією... Десять чоловіків, які представляли шість найважливіших нью-йоркських газет, сіли до столу перемовин в офісі газети The Sun одного дня на початку травня 1848 року... Задля своєї спільної вигоди вони заснували першу кооперативну службу новин Associated Press³³.

Мета полягала в тому, щоб отримати якомога більше інформації з мінімальними вкладеннями³⁴. Сукупно цей мережевий сервіс зрештою став всесвітньою сіткою, що «виловлювала події в свої тенета». Проте вона завжди була селективною мережею, хисткою і дірявою. Скажімо, Associated Press і United Press International вели щоденники з переліком того, що відбуватиметься в місті того дня, щоб нібито інформувати медіа про події, про які медіа могли захотіти написати. PR-компанії прагнули забезпечити потрапляння подій їхніх клієнтів до друкованих видань. Журнал New Yorker «відзначив високу кореляцію між

33 Gaye Tuchman, «The News Net», Social Research 45, номер. 2 (1978): 253–276.

34 Там само, 254.

подіями, які наведено у книжці UPI в Нью-Йорку та їхнім місцевим висвітленням у Нью-Йорку»³⁵. По суті, якщо чогось не було в «деннику», то не вартувало покривати цю новину, вона не стосувалася тої «смужка життя», яка зацікавила би широкий загал.

Результатом стало те, що «мережа новин не тільки виключає деякі події з розгляду... а також визначає пріоритети, за якими працівники або служби видавали певний продукт, не залежно, штатний це кореспондент, фріланс-репортер чи журналіст новинної служби... Редакція диктує новини»³⁶. Вибух громадянської журналістики різко загрожує цій моделі збору та поширення новин. Тимчасом як основою традиційних медіа є централізація, основою громадянської журналістики — децентралізація. Тоді, як традиційні медіа призначені для вилову великої риби, громадянська журналістика фіксує рибу дрібну. Саме тут виникли найбільші виклики для АОІ під час війни. Раніше Лернер міг би покладатися на сліпі місця новин, а тепер, коли кожна людина і кожне місце стали потенційним джерелом новин, це вже неможливо.

Соціальні медіа значно розширили новинну сітку. Хибно вірити, що вона стала всеохопною, — сліпі місця існують і досі. Приміром, Twitter не «бачить» Північну Корею або великі регіони Африки, місця, де відсутність технологічного прогресу або інші чинники призводять до того, що населення не може отримати до нього доступу. І хоча журналістика децентралізується, усе ж досі існують централізовані кластери, що генерують новини. Подібно до Ейнштейнового гравітаційного поля, журналістика все ще має різні центри тяжіння. Лондон і Нью-Йорк, BBC і New

35 Там само, 255–56.

36 Там само, 276.

York Times завжди залишатимуться основними вузлами в мережі. Соціальні медіа запровадили нові вузли (список трендів у Twitter або категорія «Що в тренді?» у Facebook, — і це лише два приклади з багатьох), та коли ви натискаєте відповідне посилання, найчастіше воно відсилає вас до традиційних медіа.

Та все ж, якщо щось відбувається будь-де у більшості країн світу, то хтось може зняти це на смартфон. Убивство Еріка Гарнера поліцією Нью-Йорка в 2014 році, приміром, зафіксували смартфоном, який перетворив історію із заголовка «людина померла у відділку поліції» (найімовірніше, його поховали б на внутрішніх сторінках New York Times) на екранне відображення того, як обривається чийсь життя, що стало національним скандалом. Як стверджує Сенкевич, «соціальні медіа ще не трансформували новинний процес, проте не можливо применшити їхнє значення для історії Еріка Гарнера» або ж для Фари³⁷.

Сюжет Фари розкрутився тому, що він потрапив у новинну мережу. Проте, що важливо, цього не сталося б в ізоляції. Ніколи не могло статися, якби Фара була єдиною мешканкою сектору Гази, активною в твіттері, хоча її історію й розтиражовано так, що вона стала, по суті, міжнародним обличчям палестинських страждань. Соціальні медіа дали Фарі змогу промовляти від імені свого народу на національному, а згодом і на глобальному рівнях. Проте вона багато в чому була випадковим героєм, однією з армії дописувачів твіттера. Тисячі безликих палестинців, які постійно писали твіти, але залишалися, по суті, анонімними, уповноважували її наратив, вони твітили факти на підтвердження і створили інформаційний каскад, який кинув виклик АОІ.

37 Скайп-інтерв'ю автора з Меттом Сенкевичем, 28 липня 2014 року.

Важливість Фари й армії фейсбукерів і користувачів твіттеру Гази за її спиною не можна недооцінювати, тому що воєнний час — це пора, коли новинна сітка традиційно найслабша. Для успішного ведення новинного бізнесу під час війни традиційні медіа потребують постійного потоку актуальної інформації. У попередніх війнах традиційні медіа мусили провадити свої пошуки новин так, щоб це було прийнятними для «брамарів» конфлікту, чи то з боку державних військових, чи від угруповань, як ХАМАС. Обмеження, від квоти щодо кількості журналістів, яких допустили до зони бойових дій, до контролю над доступом до певних локацій і навіть до розповсюдження журналістських повноважень, були способами залишити дірки в новинній сітці. Фара та її армія одночасно звузили мережу новин і розширили її. За словами Сенкевича: «Мережа новин стала схожою на справді красивий плед, який сплела ваша бабуся. Він не є суцільним, як полотно, не покривальце, адже смартфони і доступ до інтернету не є повсюдними, проте тепер не так вже й багато інформації вислизає не поміченою»³⁸..

Окрім розширення влади індивідуума, громадянська журналістика почасти негативно впливала на такі інституції, як АОІ. З ослабленням влади «брамарів», військовий наратив стає непередбачуванішим. Як зазначає Сенкевич, ізраїльський уряд може певною мірою передбачити, як *New York Times* опише інцидент, тож може планувати відповідно. Коли «брамарі» зберігають свою владу, Ізраїль має певне уявлення про те, як світ сприйме його дії, позаяк може озиратися і бачити, як традиційні медіа висвітлювали подібні події в минулому. Підрозділ також знає впливових журналістів і типи історій, які вони, ймовірно,

38 Там само.

писатимуть. Традиційні засоби масової інформації пропонують передбачуваний набір норм споживання, на який ізраїльтяни можуть розраховувати. Однак тепер, коли соціальні медіа надали Фарі таких повноважень, що вона може провадити власний, здебільшого нефільтрований, наратив і цей матеріал може вплинути на світову думку, передбачити реакцію громадськості дедалі складніше. Відділ прес-служби або Міністерство закордонних справ Ізраїлю більше не можуть покладатися на сліпі плями традиційних медіа, як то було понад століття. Для невеликої країни, як-от Ізраїль, потенційні наслідки цих змін є критично серйозними.

Позаяк новинна сітка розширилася й може охопити майже кожну деталь, найбільший виклик, з яким стикається АОІ в будь-якій сутичці з палестинцями, — питання пропорційності — тепер акцентується гостріше, ніж будь-коли раніше. Проблема пропорційності небезпечна, позаяк є каталізатором іншого виклику, з яким має працювати прес-служба: людські емоції. Підрозділ зорієнтований передусім на роботу з фактами, на подачу контексту до образів руйнування, протиставлення картинах страждань схем причинно-наслідкових зв'язків. Вони мають боротися з емоціями за допомогою логіки, що є майже неможливою місією. Як зазначає Томер Саймон, під час операції «Захисна стіна» АОІ надзвичайно добре використовували соціальні медіа, гарантуючи, що їхні послання почують. Утім, фундаментальною проблемою залишилася прірва між посланням і візуальними зображеннями, що походили з Гази. АОІ може доводити, що ХАМАС стріляв із лікарень і використовував своїх громадян як живі щити, але світ також знав, що Ізраїль має «Залізний купол», який захищає цивільних

осіб від ракетних обстрілів ХАМАСу. І, природно, виникло запитання: якщо загрози для цивільних громадян Ізраїлю майже не існує, то чому Гази мають зрівнювати з землею?

Як мені сказав Лернер: «Через нашу технологію люди не до кінця визнають той факт, що існує ракетна загроза, яка є великою проблемою. Зауважу, що загроза має бути зрозумілішою». «Пропорційність, — уточнив він, — завжди буде ахіллесовою п'ятою Ізраїлю, позаяк не існує жодного професійного чи правового стандарту, який визначав би, що пропорційно, а що ні. Справді, — продовжив Лернер, — навіть якщо ви повірите деяким палестинським джерелам, то у вас буде близько 2200 убитих, а з нашого аналізу, понад половина — це терористи, тож маємо співвідношення 1:1. Ті ж показники НАТО в Афганістані й Іраку були на рівні всього від 1:4 до 1:10. Військові фахівці критикували нас за те, що ми встановлюємо занадто високу планку».

Проте, якщо АОІ відчує, що всі інші шляхи вичерпано і цивільні особи Ізраїлю наражаються на неприйнятний рівнем загрози, міжнародна громадська думка не зупинить її від бойових дій. Лернер вважає, що АОІ в першу й основну чергу відповідає перед цивільним населенням Ізраїлю, передусім Армія має забезпечити їхнє існування. А також, коли він повернувся до питання про пропорційність в операції «Захисна стіна», то погодився, що медіа концентрувалися на палестинцях, позаяк традиційні новинні канали надають перевагу історіям із людськими інтересами, а поширеність використання соціальних мереж серед населення сектору Гази дає їм змогу публікувати безліч таких історій. І навпаки, оскільки система «Залізний купол» була такою успішною, ізраїльських жертв було порівняно мало. Проте АОІ не збиралася знімати протиракетну оборону, щоб отримати змогу конкурувати з палестинцями за

рахунок зображень власних убитих громадян. Усе ще раз повернулося до спроби подати контекст ситуації: пояснити, чому гинуть цивільні в Газі.

Підрозділ міг створювати образи, які б переконували, що ізраїльтяни в біді: цивільні особи в пошуках укриття, закриті лікарні, школи та дитячі садочки, містечка та села евакуйовані або покинуті. Проте навіть це не могло конкурувати із зображеннями із Гази. Як сказав один лідер: «Пітере, це старе правило: лідирує те, що скрапує кров'ю». Ізраїльтяни не кровоточили, тому не лідирували. Проте, як Лернер розмито мені зауважив: «Ми кровоточити не хочемо». У війні наративів Ізраїль перебував у програшній з усіх боків ситуації: якщо він вражав цілі ХАМАСу, дислоковані в цивільних районах, то зазнавав міжнародного осуду. Та якщо ХАМАСу вдавалося викрасти чи вбити будь-кого з їхніх солдатів, ХАМАС знову виграв.

Найбільшим недоліком Ізраїлю, можливо, стало те, що на просторах інтернету це слабкий гравець. Вороги значно переважають його прихильників. Цей факт усвідомили під час операції «Захисна стіна», коли про-палестинський хештег #gazaunderattack використали в твітах близько 2,6 мільйона разів, відповідно до даних Topsy, аналітичної компанії соціальних медіа, а про-ізраїльський хештег #izraelunderfire затвітили лише 283 050 разів³⁹. Та через значно більш оснащене військо й усталені інституції Ізраїлю його однак вважають нападником. Він має всі недоліки слабого гравця і жодної переваги.

Отже, повернімося до запитання, яке я поставив раніше: «То хто ж таки виграв ізраїльсько-палестинський конфлікт 2014 року?» Як зазначив Лернер, не медіа зупинили

39 Andrew Tobin, «IDF Was in Own 'Twitterverse' During War, Computer Analysis Finds», Times of Israel, 13 вересня 2014 року.

війну. Брутальні зображення і матеріали в медіа не вилилися на дипломатичний тиск на Ізраїль щодо припинення бойових дій. Осуд з боку світових лідерів був невеликий, вони розуміли, що все значно складніше, аніж концепція, що Ізраїль знову залякує бідних палестинців. Лернер був беззастережно чесний, відповідаючи на це запитання. «Не певен, що ми виграли, — філософськи резюмував він. — Одначе й достеменно не певен, що ми програли. Попри розповсюджені зображення, конфлікт тривав 51 день. Зауважу, що реальність і основне послання, яке ми хотіли донести, — це те, що наш ворог буквально ховається за своїми цивільними, аби стріляти в наших, і вкладає кошти в цю величезну, дорогу мережу тунелів лише тому, що планує робити погані речі: проникнути в Ізраїль, порушити наш суверенітет, убити наших цивільних — ці повідомлення отримали, прийняли та зрозуміли».

Однак для широкої публіки історія була іншою. Як погодився Лернер, «суд громадської думки відображає те, що відбувається в твіттері, а там існували дві групи, які спілкувалися кожна всередині себе і кричали одна на одну. Палестинська сторона мала більші цифри: її людей було більше у Twitter і більше на вулицях, що сприяло відчутнішим успіхам». Усередині країни Ізраїль ніколи не втрачав підтримки свого населення під час найдовшої в його історії війни. І всередині країни Ізраїль, безперечно, виграв інформаційну війну. В усьому світі він, безперечно, програв.

У світі, який не довіряє інституціям і привілеює нарративи, — особливо на позір «щирі», — недостатність ресурсів може стати чеснотою, а достатні ресурси — недоліком. Це перевага, яку Фара має над такою інституцією, як АОІ: автентичність, яку майже неможливо відтворити. (Дійсно, якби вона вдалася до послуг PR-компанії, мало ймовірно,

що її історія стала би такою успішною). Зрештою, Лернер ніколи не міг уникнути того факту, що він працював на те, що було — на думку багатьох — заплямованою інституцією. Він не міг уникнути цього «первородного гріха». І оскільки Лернер працював на демократичну державу, — для Єрусалима, а не для Москви, — він не міг продукувати неправду і показувати ізраїльські жертви там, де їх не було. Ізраїль програв глобальну інформаційну війну тому, що недостатньо «кровоточив», і, поки він зберігає військову перевагу, то ніколи її не виграє.

Facebook-воїн 1: віртуальна держава

Соціальні медіа мають дві засадничі здатності: посилювати повідомлення та мобілізувати людей. Важливість цих процесів у воєнний час або за часів громадянських конфліктів переоцінити складно. У Газі Фара змогла успішно використати Twitter для поширення послання про страждання, що створило неабияку підтримку палестинської війни наративів проти Ізраїлю.

Арабська весна 2011 року зробила очевидною другу вагомої здатність соціальних медіа: мобілізацію людей. Побачивши та прочитавши кадри соціальних медіа й звіти туніського народу, який скинув свого давнього диктатора Зін Ель Абідіна Бен Алі, на вулиці Каїра також вийшли юрми людей, сподіваючись повалити свого тирана Хосні Мубарака. На центральній площі Тахрір у Каїрі протягом революції загалом протестували майже два мільйони осіб—великий відсоток їх мобілізувався через соціальні медіа. Facebook, зокрема, був потужним інструментом, оскільки люди створювали сторінки, присвячені тим, хто помер від рук урядових сил, потім ці сторінки стали онлайн-осередками публічної скорботи. Інші сторінки створювали з єдиною метою—допомогти людям

координувати зустрічі та демонстрації. Уряд так серйозно сприйняв цю загрозу, що намагався з певним успіхом обмежити доступ до інтернету в країні¹.

Так почав виявляти себе *Homo digitalis*—в найефективніший і розосереджений спосіб. Арабська весна виявила здатність соціальних медіа здійснювати надзвичайний вплив на громадянські конфлікти: це допомогло мобілізувати достатньо людей, щоб змусити диктатора, який правив понад 30 років, піти у відставку. Використання цього впливу у війні було лише питанням часу. Це підтвердилося в Україні, де одна жінка, Анна Сандалова, спромоглася застосувати ті самі можливості поширення повідомлення, а потім—найважливіше—організації та мобілізації (хоч і в незначному масштабі), щоб зробити свій внесок для своєї країни. Соціальні медіа, на цей раз Facebook, а не Twitter дали змогу цивільній громадянці далеко від війни вплинути навіть на фізичне поле бою. І, критично важливо, що мережеві можливості Facebook дозволили їй зробити це в такий спосіб і з тою швидкістю, на які ослабла українська держава не спромоглася б. Історія Анни демонструє, що, коли держава не спрацьовує, *Homo digitalis* постає, щоб заступити її.

У Києві світає. Центр міста огортає мляве бурштинове світло, хмарочос видуває завитки диму в ранкове небо. Трохи віддаль статуя крилатої фігури, яка тримає спис, сидячи на куполоподібному даху і спостерігаючи за широкими дорогами вниз. Це грудень 2014 року, і тут холодно. Війна в Україні триває майже вісім місяців, і солдати, які воюють на лінії фронту на сході країни, роблять це за температури -20°C . Минув майже рік, відколи російські солдати,

1 Alberto Dainotti et al., «Analysis of Countrywide Internet Outages Caused by Censorship», Center for Applied Internet Data Analysis, 2011.

одягнені в зелені форми без будь-яких емблем чи позначок, навідалися до Криму наприкінці лютого, і підняли російський прапор над муніципальними будівлями столиці регіону—Сімферополем. Це відбулося лише за кілька днів після того, як протестувальники Євромайдану повалили колишнього українського президента Віктора Януковича, якого підтримував Кремль. Після кримського «референдуму», який відбувся 18 березня 2014 року, Україна та переважна частина міжнародної спільноти, зокрема й Сполучені Штати, визнали незаконним те, що Крим формально анексовано Росією².

Російського президента Владіміра Путіна сильно вразив Євромайдан, який відбувався в сусідній державі і почався в листопаді 2013 року, коли останньої хвилини Янукович відмовився від зобов'язання підписати Угоду про асоціацію з ЄС, що зміцнила би політичні й економічні зв'язки між Європейським Союзом та Україною. Побоюючись, що Україна, вплив на яку—як вважали—ніколи не ослабне, наблизиться до Європи, Москва тиснула на Януковича, щоб він, натомість, приєднався до Митного союзу, яким керує Росія. Це спрацювало. Однак наслідки були глобальнішими й шкідливішими, ніж передбачали Янукович чи Москва. Обурений український журналіст Мустафа Найєм написав повідомлення на Facebook, закликаючи людей зібратися на Майдані Незалежності на знак протесту. І люди це зробили. Спочатку прийшло лише кілька сотень, потім більше й більше—переважно студенти та молодь. Вони стояли на площі вдень, багато хто там і ночував, відмовляючись піти. Вони хотіли, щоб влада їх почула.

2 Fred Dews, «NATO Secretary-General: Russia's Annexation of Crimea Is Illegal and Illegitimate», Brookings Now (blog), Brookings Institution, 19 березня 2014 року.

І вона почула. А 30 листопада 2013 року зробила те, що виявиться фатальною помилкою, наказавши спецпідрозділу «Беркут» насильно розігнати протестувальників. Багатьох із них добряче побили, проте вони не злякалися. Протягом наступних тижнів і місяців кількість протестувальників зростає до сотень тисяч, які закликали усунути Януковича, а також підписати Угоду про асоціацію з ЄС. На Майдан Незалежності прибула армія, а снайпери розмістилися на даху готелю «Україна», що виходить на площу, і стріляли в демонстрантів. Вулицями Києва текла кров. До кінця лютого 2014 року влада Януковича розстріляла понад сто протестувальників і через їхні накази постраждали майже дві тисячі осіб. Політично це було занадто: 21 лютого Янукович утік із Києва, а до 25 лютого він був у Москві. Революція вдалася, народ переміг.

Люди це зробили, але потім їм доведеться за це поплатитися. Москва просто не могла дозволити жодному уряду, який замінить Януковича, слідувати бажанням народу та наблизитися до Європейського Союзу, це в очах Москви означало би відхід від Росії. Путін прагнув дестабілізувати Україну, і був певен, що найліпший спосіб зробити це — зосередитися на східній частині країни. Мешкаючи біля кордону, українці на сході країни завжди були ближчі з Росією, ніж з тими, хто мешкає на заході України або навіть із мешканцями Києва. Російська мова є майже виключною мовою в регіоні, а колишній президент Янукович походить із серця регіону — з Донецької області. Багато українців сходу із занепокоєнням спостерігали за протестами Євромайдану, особливо коли 23 лютого український Парламент ухвалив законопроект, який скасовував закон щодо підтримки мов меншин. Російська раптово втратила статус «регіональної мови», що дотепер давало змогу

використовувати її в судах, школах та інших державних установах за певних обставин. А новий законопроект фактично зробив українську мову єдиною державною. Перед цим Олександр Турчинов, який на той час виконував обов'язки Президента країни, швидко наклав вето на законопроект, але шкоди вже було завдано¹.

Через кілька тижнів після Євромайдану протести та демонстрації проти революції вибухнули на сході країни, оскільки громадяни, споживаючи щоденний раціон російського телебачення, побоювалися, що новий уряд заміряється знищити їхній спосіб життя. Заклики до проведення референдуму та прохання до Росії приєднати східну частину країни, як це зробили з Кримом 18 березня 2014 року, пролунали з невеликих, проте гучних меншин у різних східних містах. Потім, у квітні, Москва зробила свій крок: «маленькі зелені чоловічки» (як їх охрестили в медіа), які вперше нагодилися до Криму, з'явилися тепер вже на Сході України. Я був там наприкінці квітня 2014-го, коли проросійські сепаратисти захопили урядові будівлі у великих містах, зокрема в Донецьку та Луганську. Минали тижні, протестувальники, які спершу носили цивільний одяг і озброювалися кийками, почали перетворюватися на квазісолдатів у формі, з автоматичною зброєю, керованих командними ланцюжками. У Луганську, за дорученням журналу Foreign Policy, я перебував у міській службі безпеки через сорок вісім годин після її захоплення. Замасковані, озброєні люди розміщувалися по всій будівлі. Валерій Болотов, колишній десантник радянської армії, оголосив про створення Луганської автономної народної республіки (ЛНР)². Тим часом у Донецьку журна-

1 Я обговорюю цю тему у своїй статті «In Eastern Ukraine, the Protestors Wait for Russia to Take Charge», New Statesman, 17 квітня 2014 року.

2 Посилання на відповідну статтю Foreign Policy зникло із сайту.

лісти незабаром потребуватимуть акредитації преси для ведення репортажів з Донецької народної республіки (ДНР), яку підтримували стійким потоком російської зброї та матеріально-технічних засобів, які доправляли через кордон. Путін намагався розірвати Україну, і нова українська влада здавалася безсилою зупинити його.

Одного холодного січневого ранку 2014 року Анна Сандалова вирішила, що це вже занадто. Вона досить довго спостерігала, як головорізи Януковича спочатку били, а потім стріляли у протестувальників, коли щодня допомагала на Майдані Незалежності, готуючи чай, прибираючи сміття, допомагаючи у самоорганізованих медичних центрах, які там виникли. Колишня PR-директорка з 15-річним досвідом роботи, Анна взяла відпустку. І замість провести більше часу з чоловіком і двома маленькими дітьми, вона як пересічна громадянка України була на Майдані.

Як показали протести Євромайдану, Анна зрозуміла, що її друзі розділилися на два табори: ті, хто долучився до подій, і ті, хто лише спостерігав. У фейсбуці було зрозуміло, які з профілів її друзів рясніли дописами про революцію, проханнями про постачання, домовленостями про зустрічі на площі біля барикад та іншу діяльність. І були ті, хто мовчав. Анна вже була однією з «діяльних учасників», і багато її друзів по фейсбуку стали друзями й у реальному житті. Це нашттовхнуло її на міркування: чи можливо використати Facebook, щоб допомогти революції? Вона вирішила створити приватну фейсбук-групу лише для 40 осіб, присвятивши її збору коштів на ліки й теплий одяг для протестувальників, які перебували на Майдані Незалежності. Група була приватною, бо Анна боялася, що публічна група може привернути увагу урядових сил безпеки. Це вдалося

успішно: протягом кількох тижнів вона зібрала майже 3000 доларів (зокрема майже третину з цієї суми протягом 24 годин), щоби придбати взуття і теплі куртки для демонстрантів. Анна зрозуміла, як соціальна мережа може посилити її незначну роль у революції. Коли у лютому 2014 року російські війська безперешкодно зайшли до Криму, вона спостерігала, як українська армія, спустошена двома десятиліттями урядової корупції, лишалася осторонь, безпорадна супроти вторгнення.

Я познайомився з Анною в середині травня, незабаром після повернення з моєї першої поїздки на схід, у ресторані на Хрещатику, головній вулиці Києва, що сусидить з Майданом Незалежності. «Крим показав нам, що ситуація була гіршою, ніж ми уявляли, — сказала вона мені. — Ми плакали. Армія була в занадто кепському стані: не мала обладнання, їй бракувало транспортних засобів, харчу не було взагалі. Ми бачили, що в Генеральному командуванні та Міністерстві оборони зібралось чимало дурних і непатріотичних людей»³.

Українська армія — держава в мініатюрі. Вона з'явилася, як і країна, з СРСР 1992 року — величезна, проте роздута та гнила всередині. Корупція — хвороба України, яка після здобуття незалежності зупинила військовий розвиток⁴. У квітні 2014 року, коли почалася війна, військовий бюджет України становив трохи менше 2 млрд доларів на рік, або 1,1% ВВП (порівняймо: військові витрати Великої Британії становили 62,3 млрд доларів США, тобто 2,3% ВВП),

3 Інтерв'ю автора з Анною Сандаловою, Київ, 14 травня 2014 року.

4 Частини з цього абзацу розміщено в моїй статті «Ukraine's Facebook Warriors», *New York Times*, 29 грудня 2014 року.

і добряча частина з них зникла в кишенях корумпованих чиновників⁵. Просування в рангах залежало не від спроможності, а від хабарництва, а військові чиновники вправлялися не у мистецтві війни, а в крадіжках. Військові частини, зброя та навіть уніформа розпродавалися. «Корупція неминуча, — повідомив мені радник Ради національної безпеки та оборони України в кав'ярні за кілька тижнів до зустрічі з Анною. — Солдат заробляє 110 доларів на місяць. Уявіть, що він має утримувати родину». Тоді постає проблема устаткування. «Воно застаріле, — продовжив він. — Багато наших танків і гелікоптерів несправні і ми не маємо змоги їх полагодити»⁶. Не дивно, що Рада безпеки в лютому 2014-го ухвалила рішення не протистояти російським військам.

Держава не впоралася, й Анна була переконана, що допоможе виправити недогляди уряду. Як колишній директор PR-агенції вона типова представниця «покоління Майдану», активістів — освічених і професійних. І в цьому сенсі то не було чимось новим. Від Кромвеля та Джефферсона й до Ганді та Леніна, революціонери завжди походили переважно з представників середнього класу, інтелігенції та навіть вищих ешелонів суспільства. Не випадково, що Facebook, здебільшого англомовний американський продукт, який використовує лише невелика частина українців (багато з яких, особливо на біднішому сході, виступає за російський еквівалент — «Вконтакте»), є вибором активістів соціальних медіа.

Мустафа Найєм почав революцію Євромайдану з поста у фейсбуці. Молодий український журналіст афганського

5 «Ukraine: Military Budget», GlobalSecurity.org, 1 вересня 2015 року, www.globalsecurity.org/military/world/ukraine/budget.htm.

6 Інтерв'ю автора з радником Ради національної безпеки та оборони України, Київ, 3 квітня 2014 року.

походження — поодинокий взірець мультикультуралізму в Україні, в будь-чому наближеному до публічного життя. Коли я зустрівся з Найємом у кабінеті *Громадського ТБ*, на тринадцятому поверсі величезної радянської будівлі з панорамою на річку Дніпро, навіть він, здавалося, здивувався тому, до чого призвела влада соціальних медіа. «Приблизно о 16:00 21 листопада 2014-го Янукович заявив, що не збирається підписувати Угоду про асоціацію з ЄС, — сказав він. — На фейсбуці вирувало дуже багато гніву, тому я написав, що якщо серед моїх френдів виявиться достатньо активістів, то ми вийдемо на протест на Майдан Незалежності. Я навіть не припускав, що прийде так багато людей»⁷.

Під час протестів Євромайдану Анна відточувала свої навички краудфандингу в соціальних медіа, набуваючи репутації тої, хто доводить всі справи до кінця. Другого березня 2014 року вона прокинулася, виявивши, що одна з її шкільних приятельок зробила Анну адміністратором фейсбук-групи *ЕуроМайданАрмія* (яка згодом стане підтримкою армії України) — спільноти, що займається залученням коштів для постачання на схід ресурсів для боротьби з проросійськими сепаратистами. Анна хотіла допомогти, проте не мала жодних зв'язків із військовими чи політичними установами. «Що я знаю про армію? — запитала вона у друга. «Ти впораєшся», — відповів він. Так і сталося. У той час Анну також залучили до групи, що допомагала людям, які хотіли залишити територію анексованого Криму та переїхати до України. Це означало спочатку перевезти їх (і всю логістику, яку зумовлює цей переїзд), а потім знайти сім'ї в Києві та інших українських містах, які захочуть їх прихистити. Тепер армія також стала відповідальністю

7 Інтерв'ю автора з Мустафою Найємом, Київ, 1 квітня 2014 року.

Анни. Купуючи все, від бронезилетів і радіоприймачів до шоломів і спідньої білизни, вона та інші волонтери особисто возили речі на фронт. Через соціальні медіа вони створювали в окупованих містах онлайн-мережі помічників, а через тих людей отримували доступ до місць, до яких урядові структури ніколи дістатися не могли.

У цьому процесі розмилися межі між державою та її громадянами. Анна почала підтримувати регулярний зв'язок зі старшими військовими командувачами та верхівкою армії. «Загалом, усе не так погано, — сказала вона мені, — у командуванні армією є хлопці, які поділяють наші цілі: перемогти, відновити нашу армію й оновити її якомога повніше. І ми маємо підтримувати цих генералів і військових, порядних людей серед вищих ешелонів армії. Як волонтери ми навчилися відрізняти хороших хлопців від хлопців поганих. Тому намагаємося щонайбільше підтримати їх, а також допомогти поліпшити імідж української армії. Ми маємо об'єднатися навколо наших збройних сил».

Багато з тих, хто зіткнулися зі спецслужбами Януковича під час подій на Майдані Незалежності, тепер воювали на сході. Однак мене вразило, що чимало людей, як і Анна, використовували нові медіа для того, щоб боротися й боротися ефективно — поза межами фронту. Онлайн-групи виникли по всій Україні, роблячи все, від поширення інформації про кризу та розселення біженців до збору коштів на ремонт літаків і купівлі вантажівок, на яких армія встановлювала ракетні установки. Усі вони використовували соціальні медіа, щоб обійти громіздку державну бюрократію, створити мережі для залучення коштів, мобілізувати й інформувати населення. Вони робили те, чого не міг зробити їхній уряд. Підсилені соціальними медіа, вони, по суті, стали віртуальною державою.

Десятки цих груп з'явилися, коли активувалися бойові дії, поширюючи свої віртуальні гілки простягалися всією Україною. «Все зводиться до мережі,— сказала Анна, коли ми спілкувалися.— А соціальні медіа призначені для створення мереж. Facebook є основним інструментом, яким я користуюся, тому що там є ціла спільнота, яка може знайти рішення. Люди завжди знають інших людей, які можуть забезпечити те, що нам потрібно»⁸. Facebook забезпечує охоплення, якого уряд просто не має, пояснила вона. Анна мешкає у Києві, але більша частина її роботи спрямована на окупований схід. «Це дає нам змогу контактувати з усіма частинами країни. У фейсбуці я розміщую запит про допомогу в якомусь певному місті, і незабаром ми вже маємо мережу серед тамтешнього населення. У кожному окупованому місті на сході тепер є команди волонтерів, які допомагають нам там на місцях».

У місті Слов'янську, яке на той час контролювали сепаратисти, відбувалися важкі бойові дії, і Анна їхала з медичною допомогою для поранених солдатів. «Ми можемо реагувати, щойно щось відбуваються,— це критично»,— сказала вона. Найперше, що зробила група наприкінці березня, була евакуація цілого підрозділу з 200 солдатів із Криму: організація всього— від придбання залізничних квитків до скерування автомобілів, щоб ті забрали солдатів⁹. Вона пояснила, що Міністерство оборони було юридично безсилим діяти, оскільки Росія офіційно закрила кордон. По тому постала проблема логістики.

8 Цю цитату наведено в скороченому вигляді в моїй статті «Ukraine's Under ground Army of Civilians», Mashable, 5 червня 2014 року.

9 David Patrikarakos, «Ukraine's Underground Army of Civilians», Mashable, 5 червня 2014 року, <http://mashable.com/2014/06/05/ukraine-euromaidanarmy/#UmOJI9LjPqh>.

Організація евакуації через офіційні канали потребувала б отримання низки дозволів, що забрало би чимало часу, якого тоді геть не було. «Проте ми не урядовий підрозділ, який стикається з нескінченною бюрократією; таких проблем ми не маємо».

Скажімо, Андрій, колега Анни (з яким я познайомився через кілька днів), наголосив на співпраці з групою «Крим SOS» — фейсбук-група, яка тоді надавала інформацію про поточну кризу. «Кілька місяців тому “Крим SOS” хотів протестувати проти неадекватного оснащення наших військ, тому деякі з їхніх активістів зібрали купу іграшкових гармат і розмістили їх навколо будівлі Міністерства оборони. Ми регулярно підтримуємо зв'язок із МО — ми їм потрібні, і вони знають це. Ми були там на зустрічі, обговорювали, як можемо допомогти їм подолати ці проблеми, — зазначив він з усмішкою. — Порушення спокою на вулицях змусило їх нервувати й стати відкритішими до наших пропозицій. Тобто ми грали у гру “хороший поліцейський, поганий поліцейський”».

Безумовно, Міністерство оборони болісним для Андрія питанням. «Від 20 до 30 відсотків його працівників необхідно негайно звільнити, тримати їх немає сенсу», — сказав він. Андрій мав особливу неприязнь до фінансового начальника міністерства, генерал-лейтенанта Івана Марка. «Марко був там із 1995 року, я думаю. Двадцять років на тій само роботі посприяли розбудові його корумпованої мережі. Він є хрестоматійним взірцем проблеми української держави».

Існують тисячі таких Іванів по всій Україні — в уряді та в інституціях. Чиновники, які впродовж тривалих років розкрадали кошти у бурхливій клептократії, яка сягнула апогею з Януковичем. Каталізатором революції

Євромайдану, можливо, стала його відмова підписати Угоду про асоціацію з ЄС, але першопричиною була народна відраза до повсюдної корупції, яка тривала два десятиліття. У 2004 році Transparency International оцінив Україну 122-ю у світі у рейтингу Індексу сприйняття корупції, поруч із Нігером і Болівією. До 2015 року Україна посідала 130-е місце, що нижче за Сьєрра-Леоне, Гамбію та Киргизстан¹⁰.

Одного холодного, проте сонячного дня я зустрівся з Віталієм Кличком, колишнім чемпіоном світу з боксу, який став українським політиком, в офісі його партії «УДАР», що на тихій вулиці в історичній будівлі в центрі Києва. Офіс був невеликий, вузькі коридори привели до маленької кімнати. Зростом понад два метри, Кличко, здавалося, боксував у повітрі та був переповнений нервовою енергією. Він балотувався на посаду мера Києва та, як і всі постмайданівські політики, прагнув продемонструвати свою відразу до колишнього режиму. «Система була повністю корумпована», — сказав він мені, нахилившись через вузький стіл і тицьнувши в мене вказівним пальцем, щоб привернути увагу.

«Майдан показав силу українського суспільства. Люди сказали, що вже годів жити без правил, досить жити з корупцією, досить жити без майбутнього, — він зробив паузу, щоб глянути на мене, — таку він має звичку. — І це створило прецедент. Якщо тепер хтось прийде до влади й не дослухається людей, може повторитися те саме»¹¹.

На Майдані Незалежності, де я познайомився з Анною, було легко пересвідчитися у правдивості його слів. Група

10 «Corruption Perceptions Index 2015», Transparency International, www.transparency.org/cpi2015.

11 Ці цитати взято з більшого інтерв'ю з Віталієм Кличком для Foreign Policy, «What is Happening in Ukraine Is Dangerous For Russia», 27 квітня 2014 р., <http://foreignpolicy.com/2014/04/27/what-is-happening-in-ukraine-is-dangerous-for-russia/>.

запеклих протестувальників залишилася в таборі в десятках наметів, що захаращували площу, відмовляючись повернутися додому до парламентських виборів, які заплановані на вересень. Люди прали одяг у відрах і рубали дрова, тимчасом як похмурі козаки-військовики тягали залізо. Яткою з продажу туалетного паперу із зображенням Януковича заблокували вхід до міжнародного банку. Інверсія площі відтворювала ситуацію в країні: народ пишався, офіційна влада наразі відступила¹².

Перше грудня 2014 року. Минуло майже вісім місяців з моменту моєї першої зустрічі з Анною. Я прибуваю до України разом із режисером, нагородженим Еммі, Ендрю Смітом, який супроводжує мене, щоб зробити короткометражку про роботу Анни. Ми збираємося поїхати на схід з нею та її колегами з фейсбуку, щоб від першої особи розповісти, які соціальні медіа нині впливають на військові дії¹³. Офіс Анни розташований на вулиці Васильківській, лише кілька станцій метро від Майдану Незалежності. Вхід у будівлю — непримітні скляні двері, за якими розміщено невелика рецепція. В середині кілька поверхів займають офіси. В приміщенні лише найнеобхідніше. Знаки компанії приклеєно скотчем до дверей, що відмежовують від коридорів. Коли піднімався на другий поверх до Анни, двері одного із офісів були відчиненими, і я зазирнув туди: мені здалося, що кімнати схожі на славнозвісні камери для затриманих. На дверях офісу Анни

12 Останні кілька речень цього абзацу взято з моєї статті «Meet the Ordinary Ukrainians Arming the Country Against Russian Separatists», *New Statesman*, 8 січня 2015 року.

13 Події цього та наступного розділу, що стосуються підготовки до поїздки Анни на Схід, тривають упродовж 1–3 грудня 2014 року, коли я брав участь у короткометражці для *Al Jazeera America*, режисером якої був Ендрю Сміт.

є логотип її групи: у блакитному колі зображений білий голуб миру, а на жовтій смузі— слова на підтримку української армії. (Блакитний і жовтий—це кольори українського прапора.) Нижче розміщено веб-адресу групи UkrArmy.org.

Офіс сам мав вигляд військової зони: коробки та поліетиленові пакети з військовим обмундируванням, а в кутку— величезна купа бронезилетів. Гора ящиків з написами «Привіт із Києва» височіє нерівною вежею ліворуч від входу. Навпроти— висить український прапор поряд із півсотнею сертифікатів у рамках. «Цей сертифікат засвідчує, що Анна САНДАЛОВА (ЦИВ.) брала участь у навчанні NATO CIMIC Training. 24–28 листопада 2014 року. Київ, Україна». Анна стала своєрідною знаменитістю в Україні, й один із сертифікатів свідчить про її новий статус однієї зі «100 найвпливовіших жінок» країни. Журнал, в якому наведено список впливових людей, лежить на столі. Анна тепер у списку поряд з экс-прем'єр-міністеркою Юлією Тимошенко.

Анна шурхотить мішками, які наповнені речами. Вона сьорбає каву з білої пластикової чашки. Одягнена у фіолетову сорочку та повсякденні штани, вона виглядає, як цивільна особа, якою і є. Анна перевіряє Facebook майже механічно. Це були напружені двадцять чотири години. Попередньої ночі Анна зрозуміла, що їй не вистачає грошей, щоб придбати всі необхідні для поїздки товари й тому висловила сердечне прохання на Facebook: «Ви всі мене знаєте, — написала вона. — Я чесно використала всі гроші, які ми зібрали до цього часу, щоб купити освітлення для контрольно-пропускних пунктів [на сході], та для цієї поїздки терміново потрібні додаткові гроші— для постачання необхідних речей для військових, бензину та іншого, що потребують там». Це спрацювало. Протягом години пост розширили понад сто разів і посипалися

пожертвування— Анна збрала майже 1500 доларів упродовж перших кількох годин. Поїздка відбудеться.

Однак першим завданням цього дня було забезпечити групу солдатів уніформою. Вони вирушають на схід і їм в морози знадобиться теплий одяг. Приблизно о 10:45 (запізнившись на сорок п'ять хвилин) вони прибувають у трьох мінівенах.; Анна виходить на стоянку, щоб привітатися з ними. Лисий солдат, якому понад тридцять, представився як Саша. Анна каже, що має для них уніформу. У військовому спорядженні, у товстих спортивних шапках, із автоматичною зброєю на плечах, решта солдатів ходять стоянкою, палять цигарки, розмовляють та іноді хухають в долоні, щоб зігріти їх від холоду.

Солдати розділені на три групи по сім-десять осіб, кожна група має керівника групи, щоби полегшити їхній похід до офісу та вибір спорядження. Незабаром стає очевидним, чому такі люди, як Анна, у край необхідні. Поки вона стоїть на морозі, розмовляючи з Сашею й іншим лідером групи, Максимом, з'ясовується, що керівник третьої групи зник. Зрештою, він знову з'являється на відстані. «А-а, от і він, — каже Максим, повертається до Анни й сором'язливо знизує плечима. — Він віднедавна лідер групи», — пояснює Максим.

Анна розпоряджається, як все відбуватиметься. Солдати заходять до кабінету по одній групі, примірятимуть одяг із пакетів, які вже були відкриті, і щойно знайдуть свій розмір, забирають пакунок із собою. Кожному солдату відведено штани, куртку та спідню білизну.

Ми повертаємося з Анною до приміщення, щоб побачити солдатів, які зараз заповнили офіс. «Хм... це понад десять осіб, — каже вона спокійно. — Може, хтось із групи Б сходить до їдальні попити кави? Там самообслуговування!»

Зараз Анна оточена зацікавленими солдатами, які обмацують, розгортають і вивчають речі серед купи камуфляжного одягу — маленька фіолетова крапля у морі камуфляжу. Її помічниці роблять усе можливе, щоб допомогти солдатам знайти правильні коробки, приміряти куртки. Проте є ще одна проблема. Уніформу доправили з Німеччини, і на ній зазначено німецькі розміри, які відрізняються від українських. Гірше те, що деякі солдати, попри перебування в армії, не знають своїх розмірів. Жінка з чорним волоссям у футболці з українською символікою змушує солдата нахилитися, щоб подивитися етикетку на комірці його куртки.

Скрізь, куди сягає око, солдати вдягають і знімають куртки. Один знайшов чайник і за порадою Анни заходився готувати каву, поки він і деякі друзі чекають. Присівши на одне коліно, Анна роздає солдатам штани, але ті раптово стають несміливими — неохоче роздягаються перед Анною та її помічницями, а тим паче перед журналістом і режисером. «Давайте, хлопці, ви маєте поміряти їх, щоб переконатися, що вони пасують вам по розміру», — каже помічниця. Анна закликає: «Не забудьте зняти з форм німецькі прапори!». Вона повертається до мене. «Вони дуже люблять німецьку форму, — каже Анна. — Вона вельми якісна». В Анни є добровольці за кордоном, яких вона знайшла через Facebook, вони відвідують склади в Польщі й Німеччині, де купують сучасне військове спорядження, а потім відправляють це до України, а процес знову ж таки координують через Facebook. «Якщо порівняти цю форму з останніми українськими, навіть сумнівів не виникає, хлопці віддають перевагу формі НАТО та німецьким версіям». Кожен комплект, за словами Анни, коштує 50 доларів. Отже, оснащення лише двадцяти семи солдатів, які

навідалися сьогодні, вартує 1350 доларів — значна сума для України, і всі кошти зібрані або за допомогою краудфандингу, або їх надіслали як пожертви.

Через Facebook Анна знайшла загалом майже п'ятдесят добровольців, які час від часу допомагають їй. В офісі завжди має хтось бути, щоб отримувати пожертви, пакувати запаси, а також за потреби видавати їх. Вона має ще сотню добровольців, знову таки їх усіх знайшла у фейсбуці, які виконують для групи інше важливе завдання. Жертвуючи своїм часом, вони стоять на вулиці біля супермаркетів і великих торговельних центрів у жовтих футболках на підтримку української армії, показуючи списки необхідних товарів людям, які заходять усередину. На бажання щось зі списку ті можуть купувати в магазині та передавати волонтерам на виході. Якщо вихідні видаються вдалими, то таким способом добровольці можуть заповнити цими товарами два мінівени або вантажівку. Попри це, Анна не вважає свою роботу складною. Вона має двох дітей і каже, що це набагато складніший труд. Вона розчаровується лише тоді, коли отримує запит на спеціальне обладнання, яке не завжди може придбати одразу через бюрократичне оформлення документів, а іноді й через вартість.

Повертаючись до справи, Анна каже всім солдатам, які тепер мають повний набір одягу, щоб ті перевірили свої імена у списку. Лише дехто, здається, спромігся це зробити. Плутанина продовжується, і згодом Анна припиняє це. «План змінено, — каже вона їм, — одяг примірятиме тільки група А. Решта солдатів отримає одяг з коробок, і якщо виникнуть проблеми, я розберуся з цим згодом». Офіс — це какофонія запитів, буркотінь і звуків розчарування. Дзвонить їй мобільний телефон — це офіцер із східного міста Краматорська (яке тримають українці). Йому потрібне

деяке оснащення й він почув про Анну. Вона запитує його ім'я та всі деталі, просить бути конкретним, оскільки вже має справу з багатьма полками в цьому районі. Анна розповідає йому, що сьогодні вирушає на схід, але повертається в п'ятницю й спілкуватиметься з ним тоді.

Кілька солдатів тягнуться до купи бронезилетів у кутку, а підхопивши жилети, майже мрійливо та спокійно розмовляють між собою. Загалом, це незвичайне видовище, я усвідомив, що спостерігаю за групою солдатів, які ведуть війну для захисту суверенітету української держави від російської агресії, і кожен із них розмовляє російською, а не українською мовою.

Солдати починають завантажувати коробки до фургонів. Вони є частиною нової ротації, яка сьогодні відправляється на фронт. «Ми, напевно, побачимо багатьох із них, коли будемо на сході, — каже Анна. — Один із фургонів наповнений памперсами для дітей-сиріт на сході», — гордо додає Анна. У неї дзвонить телефон, і це погана новина: машину швидкої допомоги, яку група Анни на Facebook придбала завдяки онлайн-пожертвуванням, не обладнають до середи. Це удар. Швидка допомога дуже потрібна в зоні антитерористичної операції (АТО), зоні конфлікту на Сході України, де контроль має українська армія, і Анна оформила всю документацію, щоб отримати її готовою до роботи разом із сьогоднішнім конвоем на схід. Вона затягувалася тютюновим димом на холодній автостоянці, була явно розчарована, хоча залишалася спокійною, урівноваженою і так само чарівною, як завжди. Солдати, навантажені припасами, сигналізували на прощання, коли один за одним фургони виїжджали зі стоянки. Анна махає їм рукою і посміхається, а вони повертають праворуч на головну дорогу, що веде на схід, і прямують у невизначене майбутнє.

Щойно повертаємося всередину офісу, беремося планувати нашу подорож на схід. Анна пояснює, що проблема полягає в кількості машин, які потрібно взяти. Часто вони мають бюджет на два автомобілі, але дізнаються—щойно заповнивши їх речами,—в останню хвилину потребують третього. Зараз, без швидкої допомоги, їм бракує однієї машини. Підтримку армії України надає безліч людей, які пропонують свої послуги загалом, але Анні в поїздку на схід—та ще й в останню хвилину—потрібен був той, в кому вона була певна й могла довіряти, хто мав би автомобіль і зможе о 19.00, за сім годин, бути готовим виїжджати. Після кількох дзвінків питання знято. «Це ліпше,—каже вона,—цей автомобіль комфортніший».

Новини у фейсбук-групі Анна відстежує постійно. Повідомлення надходить від потенційного донора, який хоче допомогти, але—раціонально—бажає знати, що саме він може профінансувати. Тоді Анна має придумати, як вона каже, «конкретний план», щоб переконати його пожертвувати кошти. Двоє студентів кафедри психології Київського університету приїжджають раз або двічі на тиждень, щоб добровільно у вільний час пакувати речі в ящики. Не все постачання матеріально-технічне, разом з їжею та одягом є кілька плакатів зі зображеннями моделей, які одягнені в убогий одяг і бойове спорядження. На одному зображено повногруду рудоволосу жінку, в самому бюстгальтері, вона сидить на коробці, перехрестивши ноги, пальцем правої руки спокусливо торкається губ, а лівою тримає снайперську рушницю. Татування українського тризуба красується на її оголеній талії. «Фатальне randevu»,—зазначено в заголовку. Анна каже мені, що ці плакати добряче підбадьорюють чоловіків.

Група також отримує пакети допомоги для солдатів, які пожертвували фоловери на фейсбуці: ящики з шоколадом, шкарпетками, пальтами та малюнками школярів із Києва, які демонструють свою підтримку й удячність. «Слава Україні» та «Велика дяка» написано дитячими каракулями на малюнку жінки з сумочкою і кількома сердечками. Студенти наполегливо працюють, пакуючи коробки (кожна з них містить наклейку з логотипом групи на Facebook), а потім перевіряють, чи всі речі на місці, перед тим як перев'язати коробку стрічкою (також із логотипом групи на ній), і складають їх на купу, яка готова до завантаження в автомобілі, що прибувають по обіді.

Анна знову перевіряє Facebook і знаходить більше гарних новин — хтось, хто володіє терміналом на заправці, запропонував їм талони на бензин на всю поїздку. Окрім того, хтось інший запропонував Анні тонну мандарин. Здається, що «влада» соціальних мереж постачає все: від нафти до фруктів. Стає зрозуміло, як багато всього Анна має організувати останньої хвилини. Те, що вона так багато робить, свідчить про її наполегливість і організаційні здібності. Під час цієї поїздки, яка триватиме загалом три дні, ми станемо свідками семи вибухів у різних точках АТО. Нашою першою зупинкою стануть солдати 28-ї механізованої гвардійської бригади, яка перебуває біля окупованого міста Донецька та тримає контрольні пункти, що оточують територію. Ця бригада потребує уніформи, спальних мішків і чобіт, але передусім приладів нічного бачення. Постачання також отримують 84-а дивізія та 1-а танкова бригада.

Анна з гордістю демонструє мені фотографії, що отримала від солдатів з лінії фронту, які тримають її ящики, стоячи біля броньованих автомобілів неподалік Донецька

та Дебальцевого, близько до епіцентру боїв. Розміщення таких фотографій на сторінці групи є дуже важливими для її роботи, розповідає Анна. Люди мають бачити, куди йдуть їхні гроші; вони мають розуміти реальні результати своїх пожертвувань. Люди, які безпосередньо надають речі, завжди хочуть бачити її пости, щоб розгледіти «свій» кашкет або пару рукавиць. Особливо важливі годинники. Анна просить людей жертвувати старі аналогові годинники, бо солдати не можуть використовувати свої смартфони, щоб перевіряти час, позаяк ворог відстежує сигнал телефона, щоб їх знайти. Люди завжди вишукують свої старі годинники на зап'ястях солдатів на фото. Ось чому Мая—професійний фотограф, яка супроводжуватиме нас у поїзді, — фотографуватиме весь процес, який Анна потім запостить на Facebook, бо це вкрай важливо для роботи, яку вона виконує.

«Ідеї краудфандингу і навіть ширше—донорства та волонтерства, не вбудовані в українське суспільство», — пояснює Анна. А в суспільстві, в якому вирує корупція, люди особливо обачні щодо надання коштів. Анні потрібно довести, що гроші, які отримує, вона використовує для цілей, які декларує. «Адже, — продовжує вона, — середовище нове, і те, як група зараз використовує фейсбук для спілкування з тисячами людей, є такою новинкою, що кожен вивчає новий набір правил. Ми маємо завоювати довіру людей, — каже вона. — А втратити цю довіру доволі легко». Вона оприлюднює чеки в групі на Facebook, деталізуючи витрати коштів, які отримує. Анна примушує себе щонайменше раз на день розміщувати інформацію про діяльність групи, щоб тисячі її читачів постійно отримували інформацію. Сторінку групи Facebook наповнено світлинами усміхнених солдатів, які отримують речі, і Анни,

одягненої в бронезилет і шолом, яка передає їх. Люди хочуть бачити цифри, але, що важливіше, вони мають бачити, куди саме йдуть їхні гроші та які вдячні за це солдати, саме це змушує їх продовжувати жертвувати. Крім пошуків загального фінансування, Анна також використовує сторінку для проведення краудфандингу для конкретних проєктів. Вона розміщує прохання щодо пожертвування на будь-яку річ: від дуже необхідних наборів бронезилетів до високотехнологічного обладнання, зазначивши, скільки коштів потребує. Після того як обладнання придбали та доставили, Анна завжди розміщує відповідні фотографії, щоб люди могли побачити результати своїх пожертв. Сторінка головної групи має приблизно 8,7 тисячі підписників, а в Анни на її особистій сторінці майже 2500 друзів. Типовий внесок становить 20–40 доларів. Найбільша жертва, яку вона колись отримувала, становила трохи менше ніж 58 тисяч доларів. Відколи Анна приєдналася до групи в березні, то збрала майже 1,3 млн доларів. Деякі пожертви приходять від української діаспори з-за кордону, але більшість із них — від пересічних українців. Це надзвичайна сума для такої бідної країни в стані війни.

Надходить ще дзвінок. Це друзі з армії запитують, чи може Анна доставляти деякі посилки їм. Тепер їй треба переобчислити необхідний розмір додаткового автомобіля — їй доведеться знайти мінівен. Вона робить ще кілька дзвінків, обговорюючи розмір транспортних засобів, які їй пропонують. Як завжди, останньої миті все змінюється, і все лежить на плечах звичайної матері двох дітей, чиєї допомоги зараз очікує керівництво збройних сил.

«Майже так само важливий, як і доставляння фізичних товарів, психологічний аспект, — пояснює Анна між телефонними дзвінками. — Коли ви бронезилети, які

придбали за кошти, що пожертвували українці з усієї країни, привозите солдатам на фронт, вони відчують, що їх цінують, і це підвищує їхній моральний дух. Особливо популярні листи та малюнки, які вони отримують від дітей. Усе це змушує їх відчувати, що ми не просто продовжуємо жити своїми життями, — продовжує вона, — йдучи до барів пити пиво та думаючи, куди їхати у відпустку. Це наша війна, і ми всі маємо спільну мету. Ми не солдати, проте поділяємо їхні цілі й маємо підлаштовувати своє життя відповідно, витрачаючи менше грошей на дурнички. І якщо вся країна зробить те саме, я впевнена, що ми переможемо швидко».

Анна гортає сторінку онлайн-банкінгу організації. Список пожертвувань, здається, безкінечний. Після того як вона вчора ввечері зробила душевний пост-заклик щодо термінових коштів, наразі вже зібрали майже 7000 доларів, а пожертви й далі надходять. «Коли в соціальних медіа ви пишете щось від серця, це дійсно працює, — пояснює Анна. — Facebook дає змогу спілкуватися безпосередньо з тисячами людей — і спілкуватися своїми словами. І я можу бути якою завгодно емоційною, тому що люди бачать, що ці емоції мої, окремого індивіда з людським обличчям на сторінці профілю». Знову гортаючи банківську сторінку, вона оцінює, що з минулої ночі надійшло 730 платежів. В розмову встрягає Дмитро, чоловік Анни: «Найімовірніше, постом поділився хтось відомий», — припускає він. У неї знову дзвонить телефон: політик, який хоче залишитися анонімним, пожертвував 1000 доларів, а його водій скоро підвезе гроші. Цей пост добре демонструє, що швидкість — це все. Збір коштів, які отримує організація, іноді триває кілька днів, оскільки в цьому процесі залучена бюрократія, тому Анна надала дані своєї кредитної

картки, щоб люди могли жертвувати безпосередньо на цей рахунок. Усе це дуже відверто, оскільки банк усвідомлює, що кошти, які надійшли на її особистий рахунок, використовують для придбання обладнання, так само це розуміють і політики, з якими Анна підтримує зв'язок.

Вечір затягується, і вже час збиратися в поїздку. Цього разу колону становитимуть два автомобілі. Анна забезпечила білий фургон і разом із братом Дмитром і друзями — Максимом, Володимиром і Олександром — завантажує речі до нього і в автомобіль Дмитра. Гори мішків і ящиків здіймаються на два метри заввишки.

Сім'я Януковичів, зокрема, президент і його син Олександр, збагатилися через ефективне маніпулювання різними гілками державної влади, особливо завдяки використанню судової влади та прокуратури (призначення до яких контролює Президент України відповідно до Конституції) проти прибуткових бізнесів. Ті, хто відмовлявся платити, страждали від податкових розслідувань та інших форм державного переслідування — усі вони були легальними. Держава стала їхнім приватним угіддям для збагачення. У доповіді Legatum Institute, яку присвячено корупції в Україні, журналіст і аналітик Олівер Булло оцінює, що майже 15 млрд доларів щорічно крали з бюджету державних закупівель України, загальна сума якого становила 50 млрд доларів¹⁴. Держава була гнилою в самому своєму осерді.

В Україні нові медіа дають таким людям, як Анна, змогу замінити державу. Соціальні медіа просто-таки створені для пострадянського простору, де інституції атрофувалися через багаторічну корупцію, усе, що вам потрібно, це

14 Oliver Bullough, «Looting Ukraine: How East and West Teamed up to Steal a Country», Legatum Institute, 17 липня 2014 року.

ноутбук і акаунт у фейсбуці і ви можете діяти. Такі люди, як Анна, є віртуальними міністрами. Вони вирішують, які армійські дивізії отримають яке обладнання і коли це стається.

Запитайте українця, де знайти найнадійніше джерело воєнних новин, і він не дасть посилання не на сайти Kyiv Post чи Міністерства оборони, а на Information Resistance, широко читаний аналітичний огляд на базі Facebook. Хочете знати, які тендери оголошує уряд? Це легко: перевірте на фейсбуці сторінку групи громадянського суспільства «Реанімаційний пакет реформ»¹⁵. Ці різні фейсбук-групи, кожна з яких має власні квазіурядові функції, об'єдналися між собою, щоб збільшити свій кумулятивний вплив, і це відбулося майже природно. Вони сформували в Україні те, що я називаю новою віртуальною державою, серцем якої є *Homo digitalis*.

15 Два попередні абзаци взято з моєї статті «Ukraine's Facebook Warriors».

Розділ 5.

Facebook-воїн 2: Homo digitalis на полі бою

Мустафа Найєм написав пост на Facebook, який допоміг зібрати українців на Майдані Незалежності—він просто дотримувався традиції, яку встановили його попередники по всьому арабському світу. У соціальних мережах він був революціонером першого покоління. Як і єгипетські протестувальники під час Арабської весни за два з половиною роки до цього, він використав Facebook, щоб вивести людей на вулиці. Анна належить до другого покоління. Вона—воїн Facebook, «джихадист» соціальних медіа. Уперше в історії соціальні мережі та застосунки для смартфонів використовують як інструменти війни. *Homo digitalis* не просто впливає на дискурс війни, він (або в цьому разі вона) може безпосередньо впливати на реальне поле бою. Ступінь цього впливу став очевидним, коли я з Анною та її командою вирушили у самий вир подій на сході України.

Зараз 22:00 година, чорне небо зі смужкою місячного світла, яке кидає бліде сяйво на вкритий памороззю ґрунт під нами. Ми на шляху до зони АТО на сході України.

Переодягнувшись у відповідний одяг у домі Анни — термобілизну, камуфляжні штани під лижні та два светри, — ми вирушили. Білий мінівен обережно рушив від укритого кригою під'їзду Анни. Ми їхатимемо вночі, щоб прибути в зону АТО вранці наступного дня. Там ми спочатку зустрінемося із солдатами підрозділу цивільно-військового співробітництва Збройних сил України (ЦВС), яке допомагає Анні координувати діяльність із військовими. Потім їхатимемо зоною АТО, яка наразі під контролем України, розподіляючи запаси різним бригадам, що потребують постачання.

У фургоні тісно поміж коробок. Дмитро заступить на першу водійську зміну. Анна сидить зі мною й Андрієм на задньому сидінні, пояснюючи, що зустріч із ЦВС дуже важлива для планування нашого маршруту зоною АТО — ми не хочемо заїхати на сепаратистську територію або, що гірше — в зону обстрілу. У нещодавній поїзді Анна спробувала доправити запаси на лінію фронту, але бої були такими запеклими, що, зрештою, нічого не вдалося. Вона розповідає нам, що найбільшою небезпекою є снайпери і ймовірність потрапити в засідку сепаратистів, які виходять із лісів.

Через сорок п'ять хвилин, щойно виїхавши за межі Києва, ми під'їхали до терміналу на заправці, використовуючи купони, які кілька годин тому надали спонсори. Анна продовжує розповідати: «Ми завжди придивляємося до підозрілих людей і автомобілів, які припарковані в дивних місцях». Ми залишаємося на ніч у таборі ЦВС, і Анна ознайомлює нас із правилами, яких ми маємо дотримуватися в зоні АТО. За жодних обставин ми не можемо виходити за периметр без нагляду, оскільки територія навколо мінована. «У будь-якому таборі або контрольно-пропускному

пункті, — продовжує вона, — ми також маємо негайно довідатись про розташування нашого бункера — часто трохи більшого за отвір у землі, — в якому переховуватимемося, якщо наші позиції почнуть обстрілювати. Якщо ми в дорозі й починається обстріл, найперше, що варто зробити, — це вийти з фургона та лягти на дорогу. Треба весь час лишатися в бронезилетах і шоломах.

Анна згадує про свою першу поїздку на схід. О четвертій ранку вона прибула до армійського табору, але через сильний вітер і дощ колона пройти не могла.

Тож солдати ЦВС, які супроводжували колону, неподалік відігнали машини на поближнє поле, де волонтери спали, а важко озброєні солдати сформували периметр, стоячи навколо автівок, тримаючи пальці на спускових гачках. «Оце, — каже Анна, — був досвід».

На дорозі лише кілька вантажівок, тому ми рухаємося швидко. Тепер ми далеко від Києва, і я бачу лише асфальтовану дорогу та нескінченний ланцюжок вогників, які позначають магістраль. Анна тримає зв'язок з іншим автомобілем по радіопристрою: Зрештою, дорога стає вибоїстою, а обабіч будинки змінюються деревами. Я певний час дримаю і прокидаюся до сходу сонця — золота точка на лобовому склі та небо стають блідо-фіолетового кольору. Їдемо повз села з низькими будинками з похилими дахами, вкритими снігом, і під'їжджаємо до автозаправки, щоб перепочити та сходити до вбиральні. «Ми маємо заплатити, щоб нею скористатися, — каже Анна. — І спробуйте хот-доги, вони класні». Зараз ми перебуваємо на першому контрольно-пропускному пункті — усього за сорок хвилин від місця, де зустрінемо нашу підмогу з ЦВС. Контрольно-пропускний пункт укомплектовано «Правим сектором», ультраправою групою, яка відіграла провідну роль під час

Євромайдану. Група перебувала в центрі запеклої боротьби з урядовими силами на Майдані Незалежності та згодом стала основним (і зручним) ворогом для російської пропаганди. Зокрема, її лідер Дмитро Ярош упродовж 2014 року слугував втіленням «фашистської хунти», яка, як стверджувало (й досі стверджує) російське телебачення, керує Україною (фактично він не обіймав жодної посади при владі й отримав лише 0,7% голосів на президентських виборах в Україні 25 травня 2014 року). Ярош — справді сильна фігура і, безумовно, симпатик неонацистської політики. Однак критика проти нього, що виходила як від проросійських східних українців, так і від російського національного телебачення, була майже повністю надумана, а соціальні медіа додатково роздули її через циркуляцію нескінченних мемів, які демонструвалися на багатьох онлайн-платформах.

Надворі зима, день короткий, тому ми маємо рухатися швидко. Підобідавши хот-догами, ми знову сідаємо в мікроавтобус і їдемо далі. Оскільки ми заїжджаємо в зону АТО, то зупиняємося, щоб вдягти бронежилети й шоломи. Незабаром ми проходимо пункт пропуску «Правий сектор» біля окупованого Донецька, його чорно-червоний прапор вітер розвівав прямісінько під українським. Купа мішків із піском, вкрита снігом, лежить перед металевою будкою охорони. Приблизно через десять хвилин наші представники ЦВС, Наталія та Саша прибувають в побитому старому автомобілі. Наталія перекладатиме, а Саша відповідатиме за логістику. Зрозуміло, що наразі ми перебуваємо в зоні бойових дій. «Тепер ти почуватимешся чоловіком, — каже Саша Анні з посмішкою, — справжнім мужиком». Анна киває Наталії, помічаючи пістолет, а потім із посмішкою додає: «Теж маємо зброю». Наталію це неймовірно тішить.

Двоє солдатів ЦВС супроводять нас до свого табору на околиці Донецька. «Дорога, — розповідає нам Саша, — сильно постраждала від проходу військової техніки, тому нам доведеться їхати повільно».

Після обачної подорожі, яка тривала приблизно годину, ми прибули в лісову гущавину. На галявині, серед засніженого зимового лісу, військові розташували табір, де стояла бойова техніка. Кілька оливково-зелених полотняних наметів окреслюють периметр. Недбало накидані дерев'яні ящики біля пенька, поруч — лопати. Хтось закріпив на дереві український прапор. У кінці табору стоїть вкритий снігом вантажний автомобіль, схожий на білого слона на колінах. Відповідно до вказівок Анни, ми знаходимо бункер: це просто прямокутний отвір, заглиблений у засніженій землі, який обставили з обох боків замороженими мішками з піском. Усередині — темрява. Ми входимо до головного намету табору, щоб обговорити нашу «місію».

Усередині — зона, де стоять ліжка, через весь намет протягнуто мотузку шнурок, на якому сушать одяг, невеликий дерев'яний стіл слугує за їдальню. Підлога з дерев'яних дощок і тирси. Центральний стовп тримає намет, поруч із ним стоїть котел на дровах, що забезпечує солдатів теплом. Сокира, встромлена в невелику колоду, готова до загтівлі палива, синє неонове світло дає змогу бачити. Зрозуміло, що чоловіки живуть тут у польових умовах. Ми зустрічаємося з Мішею, старшою фігурою у ЦВС: червонолиций із темним волоссям і темною доглянутою бородою, він випромінює харизму. Обіймає Анну та вітає мене й Ендрю неформально, як своїх.

Кілька солдатів дивляться на мапу й сперечаються щодо найліпшого маршруту для нас, щоб доставити припаси по зоні АТО. Один солдат пропонує їхати через невелике

містечко неподалік, але цю ідею відкидає колега, який каже, що останнім часом воно зазнало чотирьох обстрілів ГРАДОМ¹. Анна з Сашею розглядають карту, обговорюючи найзручніше місце для зустрічей із представниками танкової бригади. «Танки можуть приїхати куди завгодно!» — жартує він. По-перше, ми маємо зустрітися з 28-ю механізованою гвардійською бригадою. Їхня частина сьогодні зазнала важкого обстрілу, через це до них їхати ми не можемо, тому нам доведеться зустрітися в якомусь безпечнішому місці. Тимчасом як ми плануємо, Анна нагадує Міші, що має прилади нічного бачення, які він просив. Анна хоче видати тридцять пакетів із засобами індивідуальної гігієни, які надсилають люди, але Міша радить нам просто залишати їх до запитання на кожному пропускному пункті.

На десь позаду Мая клацає фотоапаратом, фіксуючи усе, щоб після поїздки Анна могла запостити все на фейсбуці. Клацання фотокамери буде звуковим супроводом нашої подорожі. Анна роздає солдатам сигарети та солодоші, а тим часом з фургона вивантажують припаси для табору. На задньому плані солдат надворі чистить зуби. Ми починаємо клеїти кольоровий скотч на наші шоломи та бронежилети, через спину та на кожне плече — червоним кольором, щоб було видно, якою зоною АТО ми їхатимемо. Земля — море білого кольору, гілки дерев підліновані снігом, і я знову думаю, як це красиво і могло б слугувати зображенням для листівки, поки важко озброєний солдат не зайшов у цю панораму.

Ми вирушаємо на зустріч із першою групою солдатів 28-ї механізованої гвардійської бригади. Спочатку вони розташовувалися в Одесі, тепер розпорошені всією зоною АТО.

1 ГРАД — це багаторазова ракетна установка, яку встановлено на вантажівці.

Так холодно, що мій айфон вимкнувся, в Анни такі ж проблеми, і вона кладе свій телефон в рукав, щоб зігріти його. Анна підтримує телефонний контакт із членами бригади: знесилені у важких боях, вони приїхали із фронту усього лише на годину, щоб зустрітися з нами. На мій подив, Анна каже нам, що вони взяли таксі до погодженого місця зустрічі. Ми заїжджаємо на АЗС, де Анна домовилася зустрітися з Максимом, солдатом з 28-ї бригади. Це красивий чоловік до 30 років із пронизливими блакитними очима. Вони обіймаються, він цілує її руку, перед тим як представити свого колегу Олександра, кремезного чоловіка зі світло-коричневою бородою. Обидва чоловіки важко озброєні. «Щойно був напружений бій», — кажуть нам. У Максима на уніформі британський прапор, що знову свідчить про велику кількість джерел амуніції для української погано забезпеченої армії. Анна запитує його, чи не заперечує він щодо присутності журналістів, і він каже, що все гаразд. Однак розповідає нам, що мав поганий досвід, коли його інтерв'ю показали по телевізору, і хтось подзвонив його сім'ї, повідомляючи, що він мусить залишити фронт і повернутись додому, інакше їм завдадуть шкоди. Однак ніщо не завадить йому боротися за Україну.

Максим розповідає, що проросійські сепаратисти із територій, які контролює ДНР, щоденно обстрілюють його табір ГРАДами й артилерією. «Безжально, — каже він. — Погода все лише ускладнює, польові умови погані, й солдати змушені воювати за мінусової температури». Група розвантажує речі для дивізії Максима: взуття, уніформу, оптику, каву та чай. Зважаючи на температуру, солдати вкрай потребують теплого одягу. Ніщо так не свідчить про скруту української армії, як те, що вона не може забезпечити солдатів найнеобхіднішим зимовим вбранням.

Анна також дає Максиму аналогові годинники, він попередньо просив спеціальну упаковку, яка потрібна для транспортування медикаментів, проте Анна не змогла її придбати. Вона просить Максима написати розписку, зазначаючи, що він отримав речі, а потім дає йому готівку за таксі, на якому він і Олександр приїхали, щоб їх забрати. Саша, наша контактна особа з ЦВС, каже, що допомога Анни наймовірно важлива, бо товари, які вона роздала, якісні. Підтверджується те, що Анна розказувала мені раніше: для солдатів також важливо на психологічному рівні знати, що люди їх підтримують. «Це багато означає, — каже Олександр. — Анна — справжня патріотка, — підсумовує він. — Усе, що ми робимо, — це для того, щоб забезпечити майбутнє наших дітей, — це дуже важлива робота».

Ми знову вирушили в мінівені, й Анна зауважила, як знелюдніли тамтешні села: видно дим, який поодинокі піднімається з димарів будинків, і майже нікого не видно на вулицях. Багато людей покинули схід, коли війна взяла своє. Ті, хто залишився, — це переважно літні люди, яким важко переїздити, але, схоже, деякі сім'ї також вирішили залишитися. Коли ми рухаємося селами, то завжди пильнуємо, Анна вказує на маленьку дитину на тротуарі центральної вулиці, якою ми проїжджаємо. «Я не розумію, як можна залишитися тут, маючи дитину», — каже вона.

На наступній зупинці ми мали зустрітися з командиром 1-ї танкової бригади (яка воює із сепаратистами в Донецькому аеропорту — наймовірно важливій стратегічній точці, що була головним полем бою на сході), але нещодавно його поранили, тож ми зв'язуємося з одним із його хлопців. Зрештою, дорогою, що веде до Донецька, ми зупиняємося біля міні-маркету. Поруч із жовто-блакитним знаком рекламують послуги цілодобового гаража. Сніг на

землі майже незаплямований—ідеально білого кольору. «У-ух, холодно тут!»—каже Анна.

Солдати приїжджають, і Анна роздає більше речей: обігрівачі та мобільну кухню, а також посилки з одягом, щоб ті не мерзли. Анна намагається зробити все швидко, бо через годину смеркне, а перебування біля аеропорту, де вирують жорстокі бої, небезпечне.

Іще один солдат із 1-ї танкової бригади прибув у великому пікапі. Він широко посміхається з-під чорної в'язаної шапку. Позуючи для фото з піднятими вгору великими пальцями, він каже, що перейматися не варто. «Усе буде гаразд,—стверджує він.—Усе чудово. Моральний дух високий. Ми переможемо!» У багажнику пікапа лежить лялька-мінйон (маленьке створіння з диснейвського мультфільму «Мінйони») у жовто-синьому комбінезоні, як кольори українського прапора. На решітку вантажного автомобіля прикріплено жовто-блакитний прапор України. Трохи нижче лобового скла він написав білим кольором назву свого рідного міста—Ніжин,—яке розташовано неподалік Києва. Він іще позує для фотографій, сміється й жартує. Це рідкісний сплеск позитиву серед загальної похмурості. «Ми покажемо світові, які сильні ми—українці!»—говорить він, знову широко посміхаючись.

Він вилазить на багажник свого пікапа та вмикає попсу. Бере український прапор і починає ним розмахувати. «Нехай світ знає, хто ми є!»—каже він. Я помітив два стільці ззаду у багажнику—він сів на один і поставив ноги на інший, знову позуючи для світлин. Він кличе Анну прийти потанцювати, вона спершу відмовляється, але все-таки знімає пальто і з його допомогою піднімається в машину. Руки з'єднані та випрямлені, вони починають вальсувати по колу, він кружляє Анну в бронезилеті повного

захисту, вони сміються. Це сюрреалістичне видовище. Він просить її помахати українським прапором і передає свій телефон члену групи, щоб той сфотографував їх удвох. «Grazie!» — каже він на завершення. Анна цікавиться, що буде, коли він потрапить у халепу через таку поведінку. «Через що? — відповідає він. — Навіть за радянських часів під час Другої світової війни бійці мали концерти!»

«Нехай світ знає, хто ми такі!» Слова солдата застрягли в мене в голові. Усе, що він робив, було напоказ: він знав, що танці сфотографують і поширять у соціальних мережах. Його переконаність у тому, що Україна тріумфує, як він неодноразово повторював, і що моральний дух серед військових був високим. Усе це свідчило про глибоку істину, яку я зрозумів згодом. Вплив, який справляє діяльність Анни в соціальних медіа на територіях бойових дій є не лише питанням постачання необхідних запасів, це насправді двосторонній процес. На сході України Анна не просто збирає плоди здатності соціальних медіа мобілізувати людей (у цьому разі мотивувати їх до пожертвування). Вона також використовує свої можливості підсилення, щоб дати воїнам можливість висловитися. Вона допомагає їм розповідати їхні наративи та поширює їх. Дуже показовим є те, що майже в кожній військовій точці, яку ми відвідуємо, солдатам подобається той факт, що їх фотографують, бо так вони за допомогою Анни висловлюють свою подяку тим, хто надав пожертвування. Її зусилля допомагають тримати їх у теплі й, так само важливо, допомагають їм зберігати людяність.

Анна задоволена тим, як минає поїздка, і пересвідчується, що Мая робить достатньо фотографій речей, які роздають воїнам на кожній точці. Медійний аспект поїздки існує

завжди—фейсбук потрібно постійно наповнювати новим матеріалом, щоб підтримувати процеси. «Ти тут добре почувашся, — каже вона. — У певному сенсі навіть ліпше, ніж у Києві. Коли я повертаюся додому, то завжди хвилююся про солдатів. Тут, коли я бачу, як вони сміються і жартують, відчуваю себе спокійніше». Після танців багажник армійського пікапа перетворюється з дискотечного шатра до своєї безпосередньої мети — волонтери починають наповнювати його коробками товарів. Насувається темрява, і Анна каже, що ми маємо рухатися, бо тут стає занадто небезпечно. «Ці хлопці були тут протягом дев'яти місяців, що, ймовірно, є причиною їхнього спокою та здатності витанцювувати на машині», — каже вона, пояснюючи неординарну для фронту ситуацію, яка її потішила.

Повз нас проїжджає танк. «Давайте», — каже Анна — «рушаймо».

Наступна зупинка — Краматорськ і центральний армійський командний центр для зони АТО. Тут безпечно, навіть у темряві Анна відчувається комфортно. Нещодавно вона фінансувала там житлове приміщення приблизно для шести-семи солдатів і хоче побачити, як будівельники виконали роботу. Після незначного непорозуміння на посту охорони, щодо особистої вогнепальної зброї друга Максима, ми проходимо. Потім настає час повернутися до табору.

Анна знайомить нас із Ярославом, який разом із волонтерами отримав доступ до територій, що утримують сепаратисти, для отримання тіл загиблих українських солдатів, які лежать поховані в неглибоких могилах. Це сумна історія, яку він мав розказати. Пошук українських загиблих, здається, його професією: він і досі шукає тіла загиблих солдат Червоної армії під час Другої світової війни.

Після того як Ярослав розповів мені свою історію, настає час відпочити. Я відвідую «туалет» у таборі — металева решітка, розміщена над отвором, заглибленим у брудний сніг. Я повертаюся до намету, де їжа і, що важливіше, алкоголь, з'являються на столі, спеціально для цього випадку. Український коньяк і горілку наливають у пластикові стаканчики. Ми всі підносимо тост за ліпші часи. Більше їжі подано і більше алкоголю випито. Міша геть розчервонівся, змушуючи нас підняти ще пару келихів. Потім, із майже релігійною шанобливістю, він приносить спирт, особливий український напій, який на 90% становить алкоголь. Він дозволяє мені лише невелику порцію. Потім знову піднімає стаканчик, «На третьому тості, — підкреслює він, — традиційно випити за жінок. Проте нині замість цього ми вшановуємо своїх загиблих товаришів». Ми п'ємо, і на мить атмосфера нагнітається, коли солдати навколо нас опускають голови й згадують друзів, які загинули в збройному конфлікті. Десь удалині чути шум артилерії, який майже не викликає занепокоєння через свою одноманітну регулярність.

Наступний день, сьома ранку. Це була холодна ніч, яку я провів у спальному мішку на пласкому залізному ліжку в наметі. Я прокинувся. Хочу знайти відповідь на питання, що, як на мене, є критичним: як впливає група Анни у фейсбуці на армію? Як це впливає на українських солдатів, а, отже, і на перебіг війни? Не поспішаючи одягаю бронезилет і шолом, виходжу, щоб знайти офіцера зв'язку ЦВС, аби поговорити про це. «Робота Анни дуже важлива, — каже він мені. — Анна забезпечує армію тим, чого вона потребує». Я запитую його, чи Анна здатна впливати на події на полі бою, можливо, вона — новий вид солдата?

«Звісно, діяльність Анни має великий ефект, — відповідає він. — Вона не є звичайним солдатом, тому що не носить гвинтівку, але так само, як ми маємо цивільних лікарів, які виходять на поле бою, щоб допомогти армії й таким чином щось змінити, Анна допомагає в такій самій формі. Просто завдяки соціальним медіа вона є новим типом цивільного солдата, здатного по-новому впливати на бойові дії. Тож оскільки вона тут і допомагає військовим, її можна вважати солдатом».

Я продовжую розпитувати щодо того, який ефект, на його думку, мають соціальні медіа на сучасні війни? «Вони мають величезний ефект, — відповідає він. — Завдяки соціальним мережам, приміром, цивільні особи там, удома, можуть отримати доступ до більшої інформації про те, що відбувається на лінії фронту, це стало значно простішим, ніж у минулому. І, звісно, соціальні мережі — це те, що дає змогу Анні забезпечувати потреби наших солдатів». Потім він підтверджує те, що сказала мені Анна у своєму кабінеті: у країні, яка є настільки корумпованою, інституціям не довіряють. «Волонтерам люди довіряють більше, ніж офіційним організаціям, — говорить він, знизуючи плечима. — Останнім пунктом, — він підсумовує, — є те, що, коли ми їдемо до міст із цивільними волонтерами, тамтешні мешканці не так нас бояться, коли бачать, що ми подорожуємо зі звичайними цивільними людьми, як і вони. Це надзвичайно корисно у військовій зоні, особливо для підрозділів, як ЦВС».

Тепер так холодно, що мікроавтобус не вдається завести, тож потрібна допомога запуску з використанням іншого автомобіля з нашої колони. Анна вказує на два транспортні засоби, які тепер з'єднані між собою тросом і жартує: «Вони

бажають один одному “доброго ранку”». Ми збираємося до міста Артемівська (тепер Бахмут), щоб доправити товари. Це три години їзди, і нам час вирушати. Анна пакує у фургон сумки для тіл і лопати, щоб доставити їх групі, подібній до групи Ярослава, яка повертає тіла загиблих українських солдатів із захоплених сепаратистами районів.

Група з шести повністю озброєних солдатів ЦВЗ перебуває поблизу. Вони поїдуть з нами у власному фургоні, забезпечуючи військовий ескорт на випадок небезпеки. Ми знову ідемо. Дорога та небо здаються цілком білими, навіть сонце — лише чіткий білий диск. Тільки голі, темні дерева розбавляють враження від порожнього полотна, що тягнеться навсібіч. Десь через двадцять хвилин поїздки Анні телефонують. Вона слухає, відключається, а потім заливається сльозами — щойно стало відомо, що Івана, солдата, якого вона давно знає, учора вбили в бою. Останній раз вона бачила його лише два-три тижні тому у Києві, коли постачала запасами його підрозділ, він приніс їй квіти та кухлики з логотипом його підрозділу. Найгірше — Анна вважає, що він, ймовірно, помер у місті за кілька кілометрів саме тоді, коли вона сміялася й танцювала на пікапі з солдатом 1-ї танкової бригади.

Коли ми прямуємо до Артемівська, до нас приєднується транспортний засіб поліції та їде за нами, щоб захистити, якщо виникне така потреба. Зупиняємося на пункті пропуску за межами міста Костянтинівка, де Анна роздає пакети із засобами особистої гігієни. Плани змінилися: замість Артемівська ми ідемо на околиці Дебальцевого, міста у східній частині Донецької області, на самій передовій, його оточено сепаратистськими силами. «Там щодня відбуваються бої, — пояснює Анна, — тепер ми маємо бути насторожі». До нас приходить солдат із ЦВС, щоб пояснити

процедуру. «Перше, що ви робите, коли ми дістанемося туди, знаходите бункер, на випадок обстрілу, — підкреслює він. — Друге — дослухатися звуку ГРАДів. Звук ГРАДів чути за тридцять-сорок секунд до влучання, тож є час, щоб добігти до бункера. Міномети, — продовжує він досить тривожно, — нечутні до останньої секунди, але коли чуєте — негайно падайте на землю. І моліться».

Територія навколо Дебальцевого — це інший світ. Ми заїжджаємо в пункт пропуску біля нашого місця призначення — в базу 54-го розвідувального батальйону. Перше, що я бачу, — це танк біля дороги, вкритий снігом, на якому висить український прапор. Снігові мішки з піском, які я почав вважати прикметою зони АТО, є скрізь. Коли ми наближаємося до лінії фронту, Андрію не можна фотографувати солдатів, щоб не засвітити їхні особисті номери і види озброєння. КПП стоїть біля старого, зруйнованого цегляного будинку, оточеного солдатами. Змонтований кулемет зловісно спрямований в напрямку лінії фронту. Це різкий контраст із дитячими малюнками, які солдати повісили на в'їзді контрольно-пропускну пункту. Група постачає багато ящиків із запасами. Машина значно спорожніла від початку нашої подорожі, і зараз сидіти набагато зручніше.

Ми знову рушаємо. Прибуваємо до табору 54-го розвідувального батальйону, який розташовано всього за кілька кілометрах від фронту. Його розбили на схилі, і він більший за табір ЦВС, повністю заповнений солдатами. Намети та бронемашини повсюди. У центрі стоїть намет із великим металевим стовпом, що вивищується. Ми дізнаємося, що це звичайна кухонна піч: метал пом'ятий і подряпаний, а весь блок нахилений праворуч. Сьогодні на вечерю в солдатів рисовий суп і пюре зі свининою.

Поміж уламків блукає песик. Перше, що робить Анна, це використовує мобільний душ—по суті, то металеве відро з пластиковим контейнером для води і шлангом, що прикріплений до металеві трубки. Як завжди, у медійному режимі, Анну сфотографували, коли вона передавала ящики із запасами солдатам, вона розмістить ці фото на фейсбуці, коли ми повернемося до Києва. Вона особливо дбає про те, щоб Майя зробила фото, на якому вона вручає коробку, що містить прилад нічного бачення, на який спеціально збирала кошти—конкретний проект для певного солдата з батальйону. Анна запитує, хто із солдатів не має вдома пари. Підштовхнули молодого хлопця, якому на вигляд близько 20 років. Анна цілує його, а інший солдат фотографує цю сцену. Молодий солдат шаріється від збентеження, а його товариші вибухають реготом. «Я передаю поцілунки від тих, хто чекає на мирній землі»,—пояснює Анна, сміючись. «Я теж хочу поцілунок»,—каже інший солдат. «А ти теж без пари?»—перепитує Анна. «Ні!»—каже він зі сміхом. Зроблено ще більше фотографій, очевидно, що це тою ж мірою медійний захід, як і доставка запасів. Анна тримає жертводавців у курсі всього, що відбувається з їхніми грошима, щоб забезпечити подальший прихід коштів.

Анні потім вдається отримати від солдата автограф на українському прапорі. «Спасибі вам за вашу підтримку! Слава Україні! Солдати 54-го батальйону розвідки»—пише він перед тим, як ставить свій підпис. Камери спалахують навколо мене. Коли контент для соцмереж забезпечено, ми виходимо з табору. По дорозі помічаємо розбомблений автомобіль на узбіччі, за деревами біля лісу,—це наслідок засідки сепаратистів. «Тепер ми маємо швидко вибиратися,—каже Анна.—Ми зробили все, заради чого приїхали сюди. Час вирушати додому».

Історія Анни захоплива з низки причин. Мабуть, найочевидніше те, що вона однозначно підкреслює перехід влади від традиційних ієрархій та інституцій (у цьому разі насамперед Міністерства оборони України) до окремих осіб і громадянських мереж, як-от до Анни та її групи волонтерів. Цей перехід уможливлюють соціальні медіа, той процес, яке Алек Росс, колишній старший радник з інновацій Гілларі Клінтон, так глибоко описав мені в Мерленді.

Зокрема, воно зосереджується на здатності нових медіа робити дві речі, ефективніше та швидше, ніж будь-коли раніше, як окреслено в розділі 4: підсилювати наративи та мобілізувати людей. У 2009 році, після шахрайського переобрання президента Ірану Махмуда Ахмадінежада, тисячі іранців вийшли на вулиці на знак протесту, об'єднавшись навколо справжнього переможця Мір-Хосейн Мусаві. Так званий Зелений рух, який увійшов в історію, був першим, у якому пересічні іранські громадяни почали поширювати контент для міжнародних медіа та преси і широкої громадськості через соціальні медіа².

Кульмінацією стало відео, на якому молоду дівчину-протестувальницю Неду Ага-Солтан, на вулиці застрелили урядові силовики. Відео негайно розповсюдилося через соціальні медіа, і Неда стала втіленням повстання Зеленого руху. Іранці завантажували відео через Current.com, і його підхопили великі американські новинні мережі, як-от CNN, ABC, NBC і CBS. Це було таким дієвим, що, зрештою, президент США Барак Обама, який раніше намагався не втручатися в ситуацію, побоюючись загроз іранської ядерної програми, мусив публічно засудити насильство.

2 Sadaf R. Ali and Shahira Fahmy, «Gatekeeping and Citizen Journalism: The Use of Social Media During the Recent Uprisings in Iran, Egypt, and Libya», *Media, War, and Conflict*, номер 1 (2013): 55–69. Також зауважу, що перший iPhone вийшов лише за два роки до цього, 2007 року.

Убивство Неди 2009 року доводило, що соціальні медіа змогли обійти строгу іранську цензуру. Іранці могли поширити контент, розмістивши його на Current.com, а також на YouTube, а їхні публікації своєю чергою за лічені хвилини перепощували тисячі користувачів за кордоном. Лише завдяки соціальним медіа окремі послання— або в цьому разі зображення— іранського інакодумства нарешті були почуті. Повстання 2009 року часто описують як «Революцію в Twitter». Це неправильно. Протестувальники не використовували соціальні медіа для організації мітингу, найімовірніше, це зробили прихильники Мусаві. Насправді, участь іранських соціальних медіа полягала в тому, щоб пояснити— здебільшого в твіттері— іноземним користувачам соціальних медіа, що відбувалося: так повідомлення про повстання, що почалося на вулицях Тегерана і яке твітили здебільшого американці, стало глобальним.

Здатність соціальних медіа якомога ширше розповсюджувати наративи стала зрозумілою для Анни під час революції Євромайдану, коли українці вийшли на вулиці трохи більше як через чотири роки після протестувальників в Ірані. Без здатності Facebook поширювати повідомлення робота Анни була би практично неможливою. На порубіжжі століть вона мусила би покладатися на розміщення реклами в національній газеті (що було би надмірно дорого й тільки на один день і з'явилося б лише в одному чи двох виданнях) і, можливо, на нерегулярні телевізійні інтерв'ю. Навіть якби вона мала кошти, щоб найняти PR-агенцію, малоймовірно, що досягла би того результату, що забезпечував фейсбук. І сумнівно, що вона мала би такий успіх. Сила Анни, як показують її душевні пости, полягає у використанні соціальних медіа, щоб зробити свої послання особистісними. Вони походять від конкретної особи, а не

від акаунта з корпоративним логотипом. В епоху, в якій нагорода за «автентичність» така значуща, що кандидатів, штабу Доналда Трампа, таки обирають, а член британської Лейбористської партії Джеремі Корбін може стати лідером партії, оскільки вони справляють враження «щирих», цінність цієї особистості є очевидною.

Тепер усе, що потрібно Анні, — це сторінка у фейсбуці, доступ до якої можна отримати в будь-який час із будь-якої точки світу без будь-яких витрат і проблем. А охопність і «автентичність», яку вона має, абсолютно не інвестуючи в рекламу, є транснаціональними. Грошові пожертви надходять з усього світу й з усієї України, а люди за кордоном часто, коли бачать прохання Анни, купують необхідні товари у своїй країні, а потім надсилають їх Анні до Києва. У її роботі так само важить і швидкість інформування: вона здатна реагувати на проблеми у бойовій зоні в реальному часі.

Знову ж таки, це було би неможливо без платформи Facebook, яка надала Анні можливість розповсюджувати свої запити майже миттєво. Її приклад, очевидно, не такий масштабний, як іранські протести 2009 року, проте принцип той самий.

Ще одним важливим чинником є здатність соціальних медіа мобілізувати людей. Раніше я зазначав, що класичним прикладом є єгипетські протести на площі Тахрір у центрі Каїра в період Арабської весни 2011 року. Незабаром після демонстрацій проти правителя Єгипту, Хосні Мубарака, єгипетські поліцейські забили до смерті молодого єгиптянина на ім'я Халед Саїд в інтернет-кафе. Коли його брат прийшов за тілом до моргу, то на камеру смартфона сфотографував спотворений труп Саїда, а потім розмістив фотографію в соціальних мережах, і вона розлетілася

поширеннями з шаленою швидкістю, викликавши національне обурення. Через кілька днів зі свого комп'ютера в Дубаї керівник маркетингу Google на Близькому Сході та в Північній Африці Ваель Гонім (єгиптянин за походженням) побачив фотографію і створив сторінку у Facebook під назвою «Ми всі Халед Саїд». Відповідно до New York Times: «Це стало найбільшою дисидентською фейсбук-сторінкою в Єгипті, яка налічує понад 473 тисяч користувачів, і допомогла освітлювати демонстрації в Єгипті»³. У статті процитували Ахмеда Зідана, політичного активіста, який виступає онлайн і приєднався до протесту на площі Тахрір у Єгипті. Він сказав: «Існувало багато каталізаторів повстання... Перший—це жорстоке вбивство Халеда», а тоді перейшов до висновку, що «Facebook і YouTube запропонували тим, кого обурило ця ситуація, зорганізуватись і мобілізуватись—і дали змогу молодим людям з громадянською позицією перехопити імпульс порівняно нейтральної, організованої опозиції Єгипту». Знову швидкість поширення є критичною. Як зазначає доцент Національного дослідницького університету «Вищої школи економіки» у Москві Навід Хассанпур: «Якщо за дві години з'являться 150 тисяч осіб, то контролювати це набагато важче, ніж якщо вони з'являться тисячними групами»⁴. І мобілізовані сторінкою у Facebook, сотні тисяч людей масово виходили на вулиці, зрештою скинувши диктатора.

Хоча й у меншому масштабі, історія Анни спирається на ідентичну силу мобілізації. Окрім кількох друзів і близьких родичів, зокрема брата Дмитра, майже всі волонтери, які працюють на «Підтримай армію України», відгукнулися

3 Jennifer Preston, «Movement Began with Outrage and a Facebook Page That Gave It an Outlet», New York Times, 5 лютого 2011 року.

4 Скайп-інтерв'ю з Навідом Хассанпуром, 17 листопада 2014 року.

на фейсбуці. Всі небайдужі громадяни, які хочуть зробити свій внесок у боротьбу й можуть знайти спосіб посприяти, просто відправивши Анні повідомлення у фейсбук-месенджер або запропонувавши їй свої послуги на стіні у фейсбуці. В Ірані та Єгипті здатність соціальних медіа посилювати та мобілізувати дала людям змогу протистояти державі, а в Україні — конкурувати з нею. Із ВВП на душу населення в 3900 доларів США 2013 року Україна зараз офіційно одна з найбідніших країн Європи. Проте вона має середній клас із принаймні якимись засобами для доброчинності, і ці люди гостро зацікавлені віддати їх для захисту своєї країни.

Соціальні мережі акумулюють владу, вони посилюють вплив. І в державі, якій бракує влади та впливу, вони надають громадянам змогу й засоби діяти так динамічно, як не спроможний їхній уряд.

Здатність цивільних осіб обійти державу у воєнний час не є новиною. Скажімо, напередодні Ізраїльської війни за незалежність Єврейське агентство (цивільна організація) зуміло мобілізувати своїх членів для незаконного придбання озброєнь для Хагана — підпільної єврейської армії, яка, зрештою, стала Армією оборони Ізраїлю, попри ембарго на зброю в регіоні. Воно обійшло офіційні установи та канали, а також поставило ізраїльтянам достатньо зброї, аби перемогти у війні 1948 року.

Утім те, що роблять Анна, її воїни з Facebook і багато інших онлайн-організацій, є новітнім і в плані масштабів, і в плані критичної швидкості. Мобілізація може бути практично миттєвою: інформацію поширюють одним клацанням мишки, а здатність створювати мережі як національні, так і транснаціональні виходить на рівень, якого раніше не існувало у військовій історії. Те, що для

Єврейського агентства тривало би місяці, Анні вдається за кілька днів — і вона може реалізувати це завдяки міжнародній допомозі, яку отримує за лічені хвилини. Багато таких фейсбук-воїнів з'явилося по всій Україні, кожна чи кожен із них спеціалізувалися в певній сфері — від надання інформації до поселення біженців, — і все для того, щоб допомогти військовим потугам. В Україні віртуальна держава тепер дедалі частіше забезпечує суспільну згуртованість, яку не може забезпечити держава «реальна». І, як криве дзеркало, демонструє державі її дійсну сутність через гротескно викривлене відображення. Там, де держава краде гроші, народ жертвує їх, де вона повільна та неповоротка, люди — стрімкі та гнучкі. А де держава наповнена старим, реакційним мотлохом, громадяни — молоді й революційні. В останній день нашої поїздки на схід, після того як ми завершили доставку бригаді біля Дебальцевого, Андрій звернувся до Анни, коли вона стоячи пила каву, тупцюючи, щоб зігрітися: «Чому ти це робиш?». Вона глянула на нього із задумливим поглядом: «Чому? — перепитала вона. — Тому що я просто не можу цього не робити. Тепер у мене є інструменти, щоб змінити ситуацію — зібрати гроші й допомогти моїй країні в період війни. Я не можу просто сидіти склавши руки й не робити нічого».

Троль: імперія завдає удару у відповідь

Мерілін Менсон і Вінні Пух—іще та комбінація. Темні пасма співака, сильно нафарбовані очі та надуті губи—це тату на лівій руці Віталія Беспалова. Милі очі та гудзииковий ніс Вінні прикрашають його ліву ногу. Я в Тюмені на півночі Сибіру. Тут, на диво, тепло для початку квітня. Тюмень—одне з великих міст Сибіру. Багате на нафту й на робочі місця, місто, утім, не космополітичне. Поїхати з Москви до Тюмені означає перетнути простір і час. У Москві я потягував *Bourbon Smashes* у барах і вештався торговельним центром ГУМ біля Кремля, дивуючись рядом *BMW*, які оточили центральну будівлю. *Gucci*, *Louis Vuitton*, *Moschino*, *Cartier*—майже кожен дизайнер, якого можна уявити, доступний столичній еліті, явно ласій до автократичності капіталізму та споживчих товарів.

З іншого боку, Тюмень розляглася під небом кольору асфальту. Світло—мляве та сіре, позбавлене яскравості, оскільки відбивається від незграбних радянських будівель і бруталної архітектури, якою позначено центр міста. Будівля міської ради—приземкувата коробка з бетону та скла, здається, точно відтворює дух місця. Грубо

й ефективно, а для декого — повернення до «ліпших» днів. У парку поруч стоїть величезна статуя Леніна, ліва рука простягнута донизу, а права — у нього в кишені. Віталій каже, що це, можливо, найбільша статуя Леніна в Росії, хоча визнає, що не впевнений. Біля підніжжя хтось поклав троянди.

Ми приїхали до квартири Віталієвого друга Рашида, де відбувається інтерв'ю. Проста обстановка, компактна, але тут є все, що треба для щастя. Мені пропонують пиво або вино, проте відмовляюся, а натомість обираю якусь кока-колу з тутешнього магазинчика. На вулиці — жінка напідпитку чи під дією наркотиків, чути зойки та крики. Ще один друг приходить, щоб перекладати розмову, і ми починаємо інтерв'ю.

Через кілька годин насувається вечір. Віталій, Рашид і я вирушаємо в Ticket to Dublin — ірландський паб неподалік від центральної площі міста. Це — як і будь-який інший ірландський паб, що я відвідував за межами Ірландії, — темні дерев'яні сидіння в поєднанні з різними природними відтінками темно-зеленого. Стіни прикрашає конюшина. Це місце — щось, чого я ніколи не очікував побачити в Сибіру. Ми починаємо пити лагер і Guinness, Віталій згадує ще кілька важливих деталей про те, що залишається одним із емоційно найтравматичніших періодів його життя¹.

Це вже звучить, як кліше, коли ми стверджуємо, що живемо в період постправди. Журналісти пишуть про це статті, а вчені вивчають це явище. Постправа стала повсюдною

1 Розповідь Віталія Беспалова взято з двох скайп-інтерв'ю автором 4 та 9 квітня 2016 року, а також інтерв'ю в Тюмені, Сибір, 16 квітня 2016 року.

в інтелектуальній сфері. Утім термін зберігає афористичну цінність, яку можна вловити. Користувачі наповнюють Twitter обманом і навмисне викривленою інформацією, Facebook переповнено детальними теоріями змови, що викривають членів таємного товариства, які нібито контролюють порядок і новий світовий устрій у світових кризах. Змій антисемітизму знову підняв голову, цього разу випустивши свою отруту в кіберпростір.

Соціальні медіа дали зелене світло безсилим і безголовим. Це сприяло тому, щоб на світло вийшли історії, які справді треба було розповісти. Та завдяки своїй здатності обійти брамарів традиційних медіа, вони також сприяли поширенню оманливих і відверто фейкових новин, здатних охопити безпрецедентно широку в сучасній історії аудиторію. Піднесення соціальних медіа збіглося й загострило кризу довіри до Заходу та його інституцій. Від війни в Іраку 2003 року до світової фінансової кризи 2008 року та шпигунського викриття Сноуденом NSA політики, фінансів, служб розвідки — багато засобів масової інформації були системно дискредитовані.

Це факт, який Кремль чудово розуміє і який лежить в основі його пропаганди. Подібно до того, як Анна використала соціальні медіа для боротьби з кремлівською агресією на сході України, Кремль неминуче відреагує, щоб виправдати свої дії, й уміло огорне це все в дивовижне плетиво розповідей, спрямованих на спотворення правди та заплутування ворога. У світі, де теорію змови підживлюють соціальними медіа, цей тип заплутування виявив свої ідеальні платформи. «Question More» — гасло найвідомішої московської міжнародної пропагандистської руки, телеканалу *RT*, можливо, найліпше висловлює російську стратегію. У 2016 році *RT* отримав від російської держави

майже 250 мільйонів доларів, і він транслює англійською, арабською й іспанською мовами, а також російською, французькою та німецькою. Це, як повідомляють, найпопулярніша телевізійна мережа новин на YouTube². Вона суворо улягає урядовій політичній лінії, і її цілі чіткі: РТ прагне не досягти глобального схвалення Кремля та його політики, а сіяти розбрат між московськими ворогами. У постмодерному західному світі, де вчені відкидають поняття «об'єктивної істини», де відсутність довіри до інституцій гостріша, ніж у будь-коли дотепер на нашій пам'яті, цей тип інформації знаходить сприйнятливую аудиторію. «Question More» («Сумнівайтесь більше») стає фактично «Trust Less» («Довіряй менше»).

Центральними для досягнення цієї мети є соціальні медіа. Ми повертаємося до аргументу Євгена Морозова про те, що Захід, здавалося, розвинув майже месіанську віру в демократичну силу інтернету. Це означає те, що він називає «кіберутопізмом»: дайте підданам диктатури доступ в інтернет і це вивільнить їх. Проте це переконання, як зрозумів Морозов, зрештою неправильне. Інтернет неминуче прийде на допомогу гнобителю, а не тільки пригнобленому, він може допомогти людям у боротьбі з авторитарною державою, але, зрештою, держава завжди використовуватиме ті самі засоби для відсічі³. У цьому протистоянні на короткий час незначним гравцем з фронту виявився Віталій.

Це було на початку серпня 2014 року в російському місті Санкт-Петербурзі. Віталій Беспалов опинився в глухому куті. Він завжди мріяв бути журналістом, особливо

2 Emerson T. Brooking and P. W. Singer, "War Goes Viral: How Social Media Is Being Weaponized Across the World", Atlantic, November 2016.

3 Для повнішої дискусії див. Evgeny Morozov, The Net Delusion: How Not to Liberate the World (London, Allen Lane, 2011).

у великому мегаполісі, такому як Санкт-Петербург — місті його мрій. Проте після закінчення школи дуже боявся залишити Сибір і переїхати до великого міста, тому залишився вивчати журналістику у Тюмені. Це був плідний час. Віталій зумів налагодити деякі журналістські контакти у Санкт-Петербурзі й почав займатися фрілансом для кількох веб-сайтів міста. До того часу, коли він закінчив університет, йому вдалося знайти роботу в онлайн-видавництві, яке спеціалізувалося переважно на політичній тематиці. Хлопець із маленького міста вибився в люди.

Віталій був талановитим журналістом. І він був успішним, згодом став головним редактором веб-сайту, пишучи про свою пристрасть — політику, як у Санкт-Петербурзі, так і в Росії загалом. Потім сталася українська війна, і це для Віталія було катастрофою. Як відплата за санкції ЄС проти Росії у відповідь на її незаконну анексію українського Криму, російський уряд запровадив свої санкції переважно на продукти, які ввозили з ЄС. Сайт Віталія частково фінансувала компанія з ЄС, яка скоротила фінансову підтримку. Ситуація дестабілізувалася і веб-сайт закрили.

Тепер Віталій став безробітним у дорогому місті та ще й мав сплачувати рахунки. Наступні кілька тижнів минули в нестямі: він розіслав резюме в кожне видавництво, яке спало на думку, й телефонував на кожне газетне й онлайн-оголошення, яке мало будь-який натяк на журналістику. Так безуспішно пройшов цілий місяць — Віталій був у відчаї. Раптом йому зателефонували й запитали, чи може він прийти на співбесіду наступного дня? Це було як перша крапля дощу після посухи. Телефонем пані повідомила адресу офісу, проте не назву компанії. Віталій надіслав так багато резюме, що навіть не знав, у якій організації буде співбесіда. Утім йому було байдуже. Це був шанс.

Наступного дня Віталій поквапився, щоб приїхати вчасно і представившись, сів у почекальні. Хоча це був лише невеликий зал із турнікетами, безпека була на висоті. Кілька охоронців, одягнених у схожу на військову форму, проходилися приймальною, у Віталія промайнула думка, що вони мали би чудовий вигляд із автоматами. Він зауважив, що в будівлю можуть зайти лише люди з особливими перепустками, це вразило його, як дещо незвичайне й геть не типове для чогось, пов'язаного з медіа. Поки Віталій чекав, повз нього пройшла жінка років 30–40, строго одягнена, в окулярах, попрямувала до виходу. Вона кричала й голосно лаялася, бо виявилось, що той, хто її інтерв'ював, попросив її паспортні дані — те, що вона вважала неприйнятним. «Я не збираюся працювати на вас, видаліть мої паспортні дані! — крикнула вона охороні. — Я ніколи не працювала би юристом у цій шарашкіній конторі».

«Господи, — подумав Віталій, — яка вона смілива».

Приблизно через півгодини його запросили на співбесіду з жінкою років тридцяти на ім'я Анна. Після короткої розмови вона попросила його портфолію статей і дала форму для заповнення. Віталій мав зазначити свою адресу, паспортні дані, номер телефону, попередні місця роботи, імена й адресу батьків, імена й адреси братів і сестер — «із міркувань безпеки», сказала Анна. Віталія здивувала необхідність таких деталей, однак він потребував роботи, тому надав усю інформацію. Анна дала йому завдання: вона попросила знайти в інтернеті будь-яку новину про Україну та переписати її так, щоб текст скидався унікальним або принаймні достатньо відмінним від оригіналу, але з дотриманням фактів. Вона вийшла з кімнати, щоб він спокійно працював, тож Віталій так і зробив. Він обрав статтю від

RIA Novosti, одного з провідних медіа Росії. Як журналіст він вважав завдання легким.

Коли Віталій закінчив, повернулась Анна й поцікавилась тим, що він написав. Коли вона виходила з кімнати, то читала його портфоліо, в якому були ліберально-орієнтовані статті про лідера опозиції Алексея Навального й антипутінську пропаганду Pussy Riot. Анна зауважила, що у них робота інша, й дала зрозуміти, що Віталій на це спроможний. Його робота полягатиме в переписуванні новин про Україну. «Це буде пропаганда?» — поцікавився Віталій. «Ні, — відповіла Анна, — це буде нейтральна робота, і ми платитимемо 45 тисяч рублів (тоді майже 900 доларів) на місяць». Віталій розумів, що це вище, ніж середня заробітна плата за таку роботу. Якщо служба безпеки компанії схвалить його заявку, підсумувала Анна, він отримає роботу. Співбесіду закінчено.

Наступного дня, це була п'ятниця, Віталію зателефонували й повідомили, що він може почати роботу в понеділок. Він сумнівався, але його друг висловився прямо: «Тобі потрібні гроші. Зголошуйся». Хмара охоронців на реєстрації, сердита юристка — усе це застрягло в його голові й викликало острах. Окрім того, після співбесіди він дошукався офісної адреси — вул. Савушкіна, 55 — на 2GIS (застосунок на кшталт Google-Maps), і будівля з'явилася як «така, яку споруджують». Що ще гірше, він переглянув усі резюме, які розіслав, проте не міг зрозуміти, яке оголошення привело його до цієї співбесіди.

Згодом, після того як все закінчилося, Віталій розмовляв із людьми, які теж ходили на таку співбесіду й відмовилися від роботи, тому що все — від зовнішнього вигляду будівлі до охорони й того, що комп'ютери були влаштовані так, що кожен міг бачити, що ви пишете, — їх налякало.

Проте Віталій так сильно потребував роботи на той час, що із задоволенням працював би навіть у підвалі.

Того понеділка Віталій вчасно прибув до офісу на вулиці Савушкіна, 55, до сірого будинку з сірих бетонних плит, із невиразними скляними вікнами. Секретарка зателефонувала Анні, яка спустилася й одразу ж повела його на інший поверх довгим коридором, що нагадував Віталію лікарню: нерадісну й похмуру, з дверима по обидва боки з рівномірними інтервалами. Зрештою, вони ввійшли до кімнати відкритого планування, де стояли ряди столів з комп'ютерами. Це скидалося на клас інформатики в російській школі. Стіни кімнати голі—було зрозуміло, що той, хто тримав цей простір, не переймався, щоб витратити багато грошей на декор чи меблі. Анна сказала йому, що він працюватиме над проектом під назвою «Україна-2» і писатиме статті для сайту worldukraine.com.ua.

Домен .ua покликаний справляти враження, ніби цей веб-сайт в Україні, а не в Санкт-Петербурзі. Це було так собі. Ніхто навіть не пояснив йому, як працювати адміністратором сайту (добре, що він навчився робити це на попередній роботі). Хоча нові працівники часто потребують допомоги—і Віталій мав пояснювати їм цей процес.

Анна розповіла, чого від нього очікують у проекті «Україна-2»: він мав переписувати 20 статей на день загалом по 800 слів. Віталій знову перепитав, чи доведеться писати антиукраїнську пропаганду того типу, яку бачив у всій російській пресі. Анна ще раз сказала «ні». Проте це й досі викликало в нього недовіру. Сорок п'ять тисяч рублів на місяць за роботу, яку може зробити навіть студент? Це не мало сенсу. Утім він почав працювати та, як йому й казали, робота була нескладна. Мета полягала в тому, щоб

переписувати статті, які могли б потрапити на вершину Google і Яндекс (російський аналог Google), для цього на сайті потрібно розмістити унікальний текст. Соціальні медіа були дуже важливими в роботі, оскільки статті необхідно було просувати на платформах, де можна було досягти найбільшого трафіку: насамперед, у «Вконтакте» — російському аналогу Facebook. Віталій дотримувався принципів, які Анна окреслила на співбесіді: факти та центральні теми статті залишати незмінними, і лише певні фрагменти тексту потрібно переписувати. Сайт не був явно анти-українським і мав мало відвідувачів. Найчастіше статті надходили з російських веб-сайтів, а також з українських, деякі написано російською мовою, деякі — українською.

Цільова аудиторія — російськомовні в Україні. Віталій трохи володів українською, а Google-перекладач чудово перекладає з української на російську мову, оскільки граматики, по суті, однакова, тому написання статей хорошої унікальності виявилось легким завданням. Зміни, на його думку, не були значними. Він мав змінити такі слова, як «терорист» і «сепаратист» на «міліція», а замість «української армії» написати «національна гвардія» або «волонтерські батальйони», які мали (часто справедливо) погану репутацію за те, що до них входили бандитські та ультраправі елементи. Також, щоб переконати українців, що сайт є справжнім, Віталій використовуватиме стилістичні трюки, переписуючи текст в такий спосіб, щоб зробити його приємнішим для українських очей. Він завжди пересвідчувався, що використовує прийменник «в» замість «на», коли говорив про Україну. Більшість росіян і досі використовують радянське «на Україні» (на кордоні), а не «в Україні» — колись це означало, що Україна не є повноцінною країною, а чимось на кордоні Росії. Окрім того, Віталій ніколи не

міг посилатися на міста Донецьк чи Луганськ — це завжди мали бути Донецька Народна Республіка (ДНР) і Луганська Народна Республіка (ЛНР), офіційні сепаратистські назви територій, які ті окупували. Перекладаючи новини з українських медіа, він також мав вказати, що інформація походить із основних українських джерел, коли фактично вона нерідко походила з джерел ДНР або ЛНР. Передусім Віталію було заборонено будь-яким чином критикувати Росію або сепаратистів. Робота не була досконалою, але, безумовно, це не було чистою пропагандистською війною того типу, якого він боявся. Наразі Віталій принаймні міг заробляти свої 45 тисяч рублів на місяць з достатньо чистою совістю.

Тим паче, що робота була доволі легкою. Щодня він приїздив о 9:00 і використовував своє посвідчення особи, щоб пройти охорону. Тут була одна зона, яку керівництво сприймало дуже серйозно: коли співробітник з'являвся на роботу, його час приходу фіксували, і якщо він запізнився, навіть на хвилину, то платить штраф. Запізнився на годину — кажуть просто йти додому, день було втрачено і йому не платили. Тож Віталій сідав перед комп'ютером і продукував 17–18 новинних статей до 13:00. По обіді, до 14:00, він писав решту — 2–3 статті. Робочий день закінчувався о 17:30, тому з 14:00 до 17:30 він займався своїми справами.

Віталій подружився з Євгенією. Разом вони ходили на перекур (він раніше уже кидав палити, але з тяжким серцем через свою нову роботу, швидко знову закурив) і скаржилися на свою роботу, обмінюючись плітками та поливаючи брудом колег, які їм неприємні. Євгенія працювала над «Україною-1» на сайті www.nahnews.org, який мав бути новинним центром у східноукраїнському місті Харкові, але насправді розташований в сусідній із офісом Віталія кімнаті.

«Україна-1» — а, отже, і pahnews.com — була набагато більш проросійською, ніж веб-сайт Віталія. Також pahnews.com був популярніший, із понад 100 тисячами відвідувачів на день, на відміну від 100 або менше на день на worldukraine.com.ua (і то він підозрював, що більшість із них були його друзями, з якими він ділився посиланнями). Віталій був відкритим щодо ставлення до роботи. «Подивіться на нісенітниці, якими я займаюсь», — твітив він із посиланням на відповідні статті. Твіти та публікація заохочувалися завжди — мета полягала в тому, щоб максимально поширити статті, в ідеалі, щоб вони розійшлися всюди, тож для цього очевидно соціальні медіа були дуже потрібні.

Коли Віталій зблизився з Євгенією, вони почали обідати разом, що тривало строго 30 хвилин. Євгенія розповіла, що по «Україні-1» контент контролюють жорсткіше. Поки за Віталієм не наглядали, редактори pahnews.com ретельно вивчали все, що зробила команда «Україні-1»: їй постійно давали відгуки про зміст статей. Усе, що вони писали, мало означувати Донбаську міліцію в позитивному світлі та суперечити українській армії. Якщо, скажімо, українська армія стверджувала, що взяла під контроль територію, pahnews.com скаже, що це була брехня. Команда також мала створити враження, що населення південного сходу України цілком підтримує сепаратистів і ненавидить українську владу.

Із часом Віталій дізнався більше від Євгенії. Йому стало зрозуміло, що він (хоча й маленький) гравець у тотальній інформаційній війні проти України. Він почав підозрювати, що помірковано нейтральний worldukraine.com.ua був тестовою версією, випробувальним періодом, оскільки Віталій був новачком і лібералом, коли прийшов. Ця ідея

йому не подобалася. Проте Євгенія не заперечувала. Вона не була політичною — для неї це був лише заробіток, до того ж дуже непоганий. Віталій сказав мені в квартирі у Тюмені того дня: якби вона знала, що він робить інтерв'ю з іноземним журналістом, то, найімовірніше, просто посміялася б і сказала: «Скажи йому, що Путін робить усе правильно!». Під час перекурів і перерв на обід Віталій також дізнався, що серед інших людей, які там працюють, є «справжні віряни» — люди, які фанатично підтримували війну Кремля з Україною й насолоджувалися роботою, що виконували.

Збираючи інформацію про компанію, де лише міг, Віталій почав усвідомлювати, що працював на те, що преса згодом назвала «фабрикою тролів», або «фермою тролів». Він відчував, ніби перебував у реаліті-шоу, де зовнішні контролюючі перевіряють, як довго люди можуть терпіти безглузду роботу. Він також згадував про «1984» Джорджа Оруелла. Віталій прочитав книжку раніше, і коли думав про будівлю компанії на вулиці Савушкіна, то порівнював її з «Міністерством інформації» з тої книжки. Йому ніколи не казали, чому він робить те, що робить, йому ніколи не надавали ніякої інформації, крапка. Коли він запитав Анну, свою начальницю, вона не дала йому чітких відповідей. Навіть гірше, Віталій підозрював, що вона теж не знала.

Навіть коли Віталій явно намагався дізнатися більше про роботу, то виявив, що це практично неможливо. Люди з різних повір'їв ледве розмовляли одне з одним, не кажучи вже про те, хто «тримав» ферму тролів. Якось Віталій через друзів довідався, що існує ще одна, подібна компанія під назвою «Конкорд», де люди писали статті, вихваляючи російську армію. Віталій насправді ходив на співбесіду в «Конкорд», перш ніж його заступити на цю роботу, але туди його не взяли, як він згодом довідався, тому що він

не мав належної зовнішності—не скидався достатньо мужнім. Пізніше, після того як Віталій залишив з «ферму тролів», йому стало відомо, що її власником є Євгеній Прігожин, який також є хазяїном і «Конкорду», і кількох ресторанів у Санкт-Петербурзі¹.

Віталій поступово дізнався, що «ферма тролів» мала чітку структуру. Перший поверх, де він працював, — це так званий відділ медіа-холдингів, до якого входили люди, котрі працювали на 10–12 російських і фальшивих українських веб-сайтах. Ті, хто працює на російських веб-сайтах, були привілейованішими, оскільки іноді їздили в інші російські міста у відрядження. На Україну працювало приблизно 8–10 осіб, а у відділі новин — 60. Він підрахував, що на всіх інших поверхах було приблизно 150 людей. Більшість співробітників — це молодь, переважно жінки. Віталій вважав, що майже 90% з них були віком 25–30 років. Не існувало ніякого дрес-коду: багато людей мали пірсинги, модні стрижки й тату.

На другому поверсі розташований відділ соціальних медіа. Тут люди створювали мультики та меми, які розповсюджували в соціальних мережах на підтримку кремлівської політики щодо України. Там працювало приблизно вісім осіб. На третьому поверсі працювали блогери, які писали фальшиві блоги, вдаючи, ніби вони українці, й розповідали про начебто складні ситуації, приміром, що дітям у київських дитсадках не вистачає їжі або що частини міста не

1 Прігожин також близький союзник В. Путіна, відомий як його «особистий шеф» — його кейтерингова компанія «Конкорд» не лише обслуговує багато ресторанів у Санкт-Петербурзі та Москві, а й є найбільшим кейтеринговим постачальником для московських шкіл і єдиним приватним рестораном у будівлі парламенту Росії. Зараз він є головним підрядником Міністерства оборони. Для повнішого обговорення див. Александра Гармажапова, «Yevgeny Prigozhin: Caterer to the kremlin», Open Democracy Russia, 31 липня 2014 року.

мають центрального опалення чи електроенергії. Вони також вели блоги англійською мовою, вдаючи американців, які критикують Обаму за його політику в Росії. Вони або з нуля створювали фальшиві американські блоги або брали інформацію з проросійських веб-сайтів англійською мовою та презентували ці погляди як представники англомовного світу. Ці блоги потім ставали «джерелами» для фальшивих статей, що неабияк розважало тих, хто їх писав, оскільки вони знали, що «український блогер з Києва», найімовірніше, сидить лише на два поверхи нижче. Це була каруселі брехні.

Четвертий поверх, а також їдальня містили людей, чия робота полягала в тому, щоб коментувати в соціальних медіа, зокрема у Facebook, «Вконтакте», Twitter і YouTube — будь-яку платформу соціальних медіа, де обговорювали новини. Контакт між поверхами було мало. Насправді існувала взаємна неприязнь. Люди, які розміщували коментарі, й блогери тепло ставилися одне до одного, але відділ новин, де Віталій провів свій перший місяць, зверхньо ставився до всіх інших відділів. На першому поверсі працювали ті, хто мав необхідні навички для виконання своєї роботи, вищий рівень освіти та грамотності. Це були переважно журналісти, які потребували грошей. «Ми може й тролі, але ви — тролі недовчені», — такою була тамтешня атмосфера.

Через кілька тижнів стало зрозуміло, що worldukraine.com.ua не спрацьовує, і команду Віталія розформували. Декого перевели у відділ «Україна-1», проте Анна, яка знала про ліберальні погляди Віталія, вирішила, що йому там не сподобається. Проте їй подобалася якість його роботи, тому вона взяла Віталія працювати над новим проектом «України-2». Анна почала працювати на російському

пропагандистському веб-сайті Narodne Novosti, пов'язаному з новинами про Росію, Україну й увесь світ. Робота Віталія тимчасом мала отримати якомога більше трафіку для новоствореного www.nation-news.ru. Це була також пропаганда, але для іншої, малоосвіченої аудиторії. Він присвячував Україні майже 20% свого контенту, ще 20% — негативним новинам про Сполучені Штати, а решту — Росії та шоу-бізнесу. Віталію тепер стала зрозумілою мета його роботи й роботи компанії: заохочувати недоброзичливість до України й США та дратувати людей. об'єднані гнівом вони простіше підтримуватимуть дедалі агресивніший націоналізм Путіна.

Робота була боротьбою. Віталій, крім роботи на nation-news.ru, мав створювати фейкові українські сайти. Він створив *Львов Новости* (замість традиційної української орфографії західного міста Львова він використовував російську орфографію), для цього шукав новини на реальних львівських сайтах і перекладав їх російською, йому навіть не потрібно переписувати текст, він просто використовував Google-перекладач. Було дивним, адже це не є навіть справжньою пропагандою, тож Віталій гадав, що, можливо, компанія намагається створити фальшиві веб-сайти, що отримують багато трафіку, який вони могли б одного дня продати.

Проте веб-сайти не були успішними й, зрештою, через місяць, після того як Віталій прийшов на «ферму», «Україну-2» закрили². Його відправили на другий поверх у відділ, що робить анімацію та меми. Як він і очікував, це був найгірший можливий крок. Він чув, що всі ненавидять людей з другого поверху — грубих невігласів, яких уважали за бидло. І Віталію теж не подобалися ті люди: вони були

2 Усі веб-сайти, які Віталій знав із цього періоду, перевели в автономний режим, окрім nahnews.org, який і досі функціонує.

неосвіченими, закінчивши, переважно, лише школу. Вони нецензурно лаялися і, здавалося, розмовляли лише про те, як напиться на вихідних. Їхня робота була такою само примітивною: вони розміщували посилання, де тільки могли, і це означало, що їхні сайти часто блокували через їхній нерозумний спам. Після трьох днів роботи на другому поверсі Віталій уже не міг витримати цього, тож попросив повернути його на перший поверх, де він продовжить працювати в соціальних мережах, але принаймні сидітиме серед людей, яких вважав вихованішими.

Робота, однак, була такою, що отупляла. Його попередня робота потребувала принаймні майстерності. Тепер його завдання полягало в тому, щоб пропагувати фальшиві веб-сайти «ферми тролів» у соцмережах. Основними були LiveJournal, «Вконтакте», Facebook, «Однокласники» та Twitter. Начальник постачав його купою сім-карток, щоб реєструвати чисельні акаунти «ВКонтакте». Завжди виключно жіночі акаунти, бо побутувало припущення, що користувачі соціальних мереж більше довіряють жіночим акаунтам, ніж чоловічим.

Часто його фейкові акаунти банили, тому, що він мусив спамити чужі сторінки чи групи посиланнями на фейкові веб-сайти. Та це не було проблемою, його начальник просто видавав нову сімку і Віталік продовжував. Фабрика тролів, здається, мала невичерпний запас нових номерів. Робота втомлювала, вона була позбавлена всякої логіки. Багато хто з його колег постили статті про українських фашистів на Донбасі у групах, які не мають нічого спільного з політикою.

Проте ключовий елемент інформаційної війни відбувся ще до того, як Віталій приєднався до «ферми».

Сімнадцятого липня 2014 року проросійські сепаратисти ракетою, яку отримали від російської армії, збили пасажирський літак авіакомпанії Malaysia Airlines MH17 над сходом Україною. Загинуло 283 пасажери і 15 членів екіпажу на борту. Здійнялося обурення міжнародного рівня. Росія посилила свою інформаційну активність, поширюючи різні контрнарративи, звинувачуючи будь-кого, окрім Москви, за збиття літака. MH17 стала великою темою для «ферми тролів», і люди розміщували посилання на статті, в яких йшлося, що літак підстрелили українці, поширивши посилання скрізь — навіть на сторінці групи знайомств у місті Челябінську поблизу Уральських гір. Цим переслідували дві мети. Перша полягала в тому, щоб укріпити власну позицію Кремля, створивши нарратив, за який треба триматись і відповідно поширювати. Друга полягає в тому — і це дужче засмучувало Віталія — аби просто сіяти якомога більше плутанини: протидіяти реаліям на місці, контрнарративами, сила яких були не в їхньому змісті, (бо були вони відвертою неправдою), а суто через їхній великий обсяг. Це не вкладалося в голову.

Важливим для втілення цього було привернення уваги користувачів. Віталію сказали, що він не може просто розмістити посилання й очікувати, що люди натискатимуть на нього. Йому доручили створювати меми й використовувати смішні карикатури, коли це можливо, особливо про видатних діячів, які є ворогами російської кампанії проти України, а це американський президент Барак Обама, канцлерка Німеччини Ангела Меркель, провідні українські політики. Сміятися над Путіним в будь-який спосіб — заборонено. Віталія оцінювали за кількістю відвідувачів на веб-сайтах, якщо він розмістив посилання, яке давало багато трафіку, це була добре виконана робота.

Оскільки більшість людей, як йому сказали, насправді не читає текст або не переходить за посиланням, мем або мультфільм мали самі собою спонукати до цього. Тож Віталій і колеги з відділу соціальних мереж витрачали дуже багато часу на створення мемів про українських фашистів, велич Путіна та згубність Обама. Центральною темою наративів було те, що Обама та Меркель — відповідальні за ситуацію в Україні. У статтях цитати навмисно виривали з контексту: якщо, приміром, Обама або Меркель сказали, що Україна має бути цілісною країною, а війна припиниться, то цю цитату подавали так, ніби вони сказали, що Україна має об'єднатися через війну. Зміст одного мему, який Віталій запустив у «Вконтакте»: «Я хочу почати війну, але ніхто з моїх друзів не приєднується до мене» і поруч світлина Обама, який здається майже заплаканим³. Особливо популярний мем вийшов майже одразу після того, як США ввели санкції проти Росії: Путін відправляє Обаму в нокаут на боксерському рингу⁴. Віталій отримав особливо хороший відгук від мему з двох фотографій: на першій зображений Обама зі словами: «Ми не розмовляємо з терористами!», на другій — він посміхається і напис: «Ми їх просто спонсоруємо»⁵. Віталій також створив образ Обама, з лицем, заплямованим кров'ю, він сам кусав шматок мапи України⁶. Це були примітивні речі, проте ефективні.

Іноді вони брали статті з іноземних медіа, які критикували Україну, й подавали їх як світову думку. Стаття

3 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=17080&own=1&w=wall-65275820_3437.

4 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=15340&own=1&w=wall-65275820_5712.

5 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=16020&own=1&w=wall-65275820_5399.

6 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=16300&own=1&w=wall-65275820_4978.

претендуватиме на те, щоб представляти «іноземні медіа», коли зміст насправді походив з однієї публікації, назву якої заховано глибоко в тексті. Потім вони запустили наратив про те, що багато українських громадян хотіли стати росіянами — «ферма» створила нескінченні статті, у яких ішлося, що місто Харків хоче стати частиною Новоросії (термін для опису частин південно-східної України часів царату). Утім фальшиві сайти не з'являлися так високо в пошукових системах, тому Віталій створив сторінку «Вконтакте» та на Facebook, присвячену фальшивому сайту новин nation-news.ru і наповнив їх. Він також знайшов групи, присвячені підтримці сепаратистів і обожнюванню Російської держави, й розміщував там меми. Люди в цих групах ковтоли такий матеріал, що означало більше трафіку. Коли Віталій розміщував там інформацію, більшість людей тиснули на посилання, залишаючи коментарі, такі як: «ТАК, Я ЗАВЖДИ ЗНАВ, ЩО ФАШИСТИ ВБИВАЮТЬ НАШИХ ЛЮДЕЙ НА ДОНБАСІ». Віталій був певен: немає сенсу заперечувати, що він тепер є частиною повноцінної інформаційної війни, утім заспокоював себе, що просто шукає ідіотів і дає їм те, чого вони хочуть.

І так, як і більшість людей на роботі, Віталій зав'яз у рутині. Він знаходив світлину Ангели Меркель і накладав їй гітлерівські вуса⁷. Він вмонтував фотографію українського прем'єр-міністра Арсенія Яценюка у фотошопі в традиційну українську жіночу сукню. Віталій зобразив Яценюка, ніби той схопив наповнену доларами валізу однією рукою, а іншою — пачку готівки, тікаючи з Верховної Ради України, а заголовком була фраза «Час забиратися звідси»⁸. Він перетворив президента України Петра Порошенка на свиню.

7 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=15340&own=1&w=wall-65275820_6327.

8 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=15340&own=1&w=wall-65275820_6299.

Це все було зроблено, щоб українська влада здавалася сміховинною, а загроза «фашистів» України видавалася серйозною. Центральним у цьому був «Правий сектор», ультраправе угруповання, яке відіграло значущу роль у протестах Євромайдану. Насправді це була екстремістська група, лідер якої практично не отримав підтримки на перших виборах на пост Президента України після Євромайдану. Попри це, було створено дуже багато фотографій і мемів, які пропагували ідею, що «Правий сектор» був величезною фашистською організацією, посилаючись на статті, в яких детально змальовувались злочини угруповання. Часто «Правий сектор» звинувачували у діях української армії на Донбасі. Будь-яку фотографію ультраправих українців, яку Віталій знаходив, він поширював⁹.

Так само, як було розгорнуто напади на західних і українських лідерів, мета полягала також у тому, щоб підсилити позиції сепаратистів. В одному прикметному мемі було зображено Наталію Поклонскую, привабливу генеральну прокурорку Криму (вона приєдналася до сепаратистів, коли Росія вторглася на півострів), одягнену в сексуальну форму, з кулеметом в руках. Слова «Крим» і «Росія» увійшли до карикатури, посилаючись на статтю «Крим — наш, і візи також», в якій стверджували, що мешканці Криму отримають шенгенські візи. Метою було зіграти на патріотичних почуттях росіян, які відчували, що Крим їхній¹⁰.

Це була жахлива робота. Віталій багато часу проводив у соціальних мережах, спілкуючись із друзями та читаючи новини. Щоправда, ця робота добряче на нього впливала. Зараз він, безперечно, є частиною інформаційної війни,

9 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=16400&own=1&w=wall-65275820_4863.

10 Див. https://vk.com/wall-65275820?offset=17000&own=1&w=wall-65275820_3558.

яка безпосередньо порушувала його ліберальні принципи. Віталій почав потроху бунтувати. Іноді він саботував зсередины, навмисно не поширюючи «новини», які, на його думку, стали б популярними. Іноді замість антиукраїнських новин він поширював антиросійські. Була одна фальшива стаття, якою він просто не міг поділитися. Йшлося про ЛГБТ-активіста з Євромайдану, який буцім приставав до чоловіни традиційної сексуальної орієнтації, який за це, нібито, вбив гея. Мета була очевидною: делегітимізувати протести Євромайдану, пов'язуючи їх з ЛГБТ-рухом, який у глибоко гомофобному суспільстві Росії є анафемою. Віталію дали цю статтю й повідомили, що це головна новина, й доручили широко її розповсюдити. Це був один із небагатьох випадків, коли він відкрито кинув виклик керівництву.

Тепер Віталій збагнув, що має кинути цю роботу. Спершу він мав намір попрацювати на «фермі» шість місяців, але тепер, після приблизно трьох з половиною місяців, він вже був ситий. У нього почалися нервові розлади. Він не міг не думати про те «лайно», яке чинив, і відчував себе забрудненим. Тривалий час, після того як пішов з роботи, Віталій не міг забути того, що він там пережив.

До того часу російські медіа викрили кілька «ферм тролів». Усі в Петербурзі — навіть ті, хто майже не цікавився політикою, знали про це, — і стало незручно казати друзям, що він займається цим задля заробітку. Отже, наприкінці 2014 року Віталій сказав Анні, що не продовжуватиме контракт. Вона пішла з ним обідати й одразу почала запитувати про причини його рішення. Він був чесним і сказав, що не вірив у те, що робить «ферма».

Після того як Віталій пішов, відчув, що мусить заглидити свою провину, тому почав звертатися до петербурзьких

медіа, щоб дізнатися, чи вони зацікавлені в тому, щоб Віталій написав історію про свій досвід на «фермі тролів». Спочатку ніхто не відповів, проте згодом з'явився сайт новин www.sobaka.ru. Віталій написав статтю анонімно й удав, що він жінка (як і багато співробітників «ферми»)¹¹. Стаття вийшла через три тижні після того, як він пішов. Стаття справила враження. Навіть лідер опозиції Алексей Навальний затвітив посилання на неї.

Віталій намагався залишитися анонімним, утім переймався, що легко розберуться, хто справжній автор. Він мав рацію. Приблизно через годину, після того як стаття вийшла, Анна надіслала йому довге лайливе повідомлення, в якому йшлося, що він повівся, як виродок, не здатний подбати про себе, тільки й спроможний, що підсирати інших людей. «Можеш вважати себе героєм, — написала вона, — але в реалі ти маленький сучий син».

Потім почалися телефонні дзвінки. «Какого хера ты вытворяешь? Да за такое люди по таблю огребают!», — ревів у слухавку грубий чоловічий голос наступного дня. Він отримав іще кілька подібних дзвінків протягом наступного тижня, номер завжди був прихований. Деякий час він боявся сам ходити вулицями.

Коли наприкінці нашого інтерв'ю я запитав Віталія, чи вважав він себе дійовою особою в українській війні, хлопець відповів, що так, на жаль, він нею був, — і мав рацію. Коли Віталій приєднався до «ферми тролів», то вступив у російську армію. Він міг не носити форму чи пістолет, але був солдатом. Тимчасом як Анна використовувала Facebook, щоб стати воїном на полі бою, Віталій був віртуальним бійцем, боровся у війні наративів на дискурсивному рівні

11 www.sobaka.ru/city/city/32942.

війни. Кожен мем, який він створив, або фальшива стаття, яку писав, були ще однією віртуальною кулею, яку Віталій випускав у соціальний простір. І кожна людина, яка доклалася до створення такої статті чи поширювала її на Facebook чи у Twitter, — також випускала кулю. Одне натискання кнопки «Поділитися» або «Запостити» робило їх частиною пропагандистської машини. І в цій армії майже немає перешкод для вступу. Це віртуальна форма тотальної війни, в якій може брати участь кожен, хто має підключення до інтернету.

Ось що робить його таким небезпечним. «В наш час, — продовжив Віталій, — російські журналісти мають виступати за Україну або проти неї. Журналіст у Росії може бути нейтральним, хіба якщо пише про поп-культуру, моделі або шоу-бізнес, але навіть якщо ви пишете про культуру чи спорт, то часто зачіпаєте Україну. Нещодавно вийшов фільм під назвою “8 кращих побачень”. Він не мав нічого спільного з політикою, але головним актором є українець, який публічно виступив на боці української армії. На прем’єрі було багато демонстрацій проти нього та фільму. Навіть критики більше говорили про політику, ніж про фільм. Усе в Росії зараз політизовано. Російські платники податків утримують “ферми тролів”, — продовжив Віталій. — Це своєрідна легалізована корупція. І, гадаю, найгірше те, що уряд вважає це патріотичним обов’язком створювати такі ініціативи».

Зрештою, я запитав Віталія, якою була кінцева мета «ферми тролів»? «Троль — продовження російського телебачення — навчити людей фальшивому патріотизму, виправдати поведінку та дії російського уряду, підтвердити реальність того, про що говорить ТБ, — відповів він. — Вони роблять саме те, що робить російське телебачення, тільки

в інтернеті. Багато людей у Росії дивиться телебачення, яке контролює держава, для тих, хто віддає перевагу інтернету, є «ферма тролів».

Здатність «ферми тролів» одночасно підтримувати кремлівську лінію й заплутувати наративи хоч і мала дефекти, проте була відчутною. І важливо зрозуміти, що саме це утворення є уособленням широкої військової доктрини Росії XXI століття. Як розповів мені експерт з питань Росії, старший науковий співробітник Інституту міжнародних відносин у Празі, Чехія, Марк Галеотті: «Росіяни болісно сприймають, що не можуть протистояти Сполученим Штатам або НАТО звичайними військовими засобами. Натомість вони шукають шляхи послаблення рішучості, єдності, координації в Західному союзі та в межах самих [західних] країн. Не те, щоб вони мали якусь складну, ретельно продуману стратегію. Ми багато в чому стаємо жертвами власних припущень, що росіяни—гросмейстери в шахах, які думають на 17 ходів наперед»¹².

Галеотті сприймає це як щось доволі хаотичне: «Натомість вони кидають все, що можуть у цю кампанію, керуючись принципом, що можна запустити 20 різних інформаційних операцій, починаючи від платних розвідників, які намагаються шантажувати когось, до випадкових підлітків в Омську, які постять у соціальних мережах, і якщо спрацює хоч 20%, то це успіх»¹³.

Та що означає успіх? Коли я запитав чиновника Держдепартаменту США (який не хотів, щоб його ім'я називали), якщо Захід програє інформаційну війну Росії, то відповідь була нетипово прямовисною: «Програти що? Рев

12 Скайп-інтерв'ю автора з Марком Галеотті, 11 квітня 2017 року.

13 Там само.

[центр із вивчення громадської думки] зробив глобальне опитування мешканців різних країн, цікавлячись їхньою думкою щодо Росії. Усі країни були дуже невисокої думки ... Зрештою, суть полягає в тому, що росіяни витрачають мільйони, але нікого так і не переконують»¹⁴.

Проте саме на цій точці ми знову прийшли до дихотомії, на якій ґрунтується російська інформаційна війна. Мета, як зрозумів Віталій, є двоаспектною. Перший з них—переконати та запевнити тих, хто хоче бути переконаним і запевненим. Це досить просто. Другий аспект, як зауважує Галеотті,—сіяти розбрат і дисгармонію на Заході, плутати й спантеличувати, здебільшого, поширюючи дезінформацію, що важливо, через знання слабких місць Заходу. Це російська пропаганда або дезінформація ХХІ століття. Вона навіть має шанс переконати незначну меншість за межами своєї російськомовної аудиторії.

На Заході спостерігають злет популістських, антиінституційних партій і політиків від Національного фронту Франції, якому Кремль надав кредит у розмірі 11,7 млн доларів США 2014 року, до Доналда Трампа, якого Путін особисто похвалив кілька разів, і канал RT це постійно пропагував і підтримував протягом усієї кампанії президентських виборів у США¹⁵. Трамп, зі свого боку, неодноразово визнавав російського президента ліпшим за Барака Обаму лідером і навіть несподівано з'явився на *RT America*, щоб критикувати зовнішню політику США. Протягом кампанії він також несподівано штовхав кремлівську лінію з різних питань, як-от Україна, а також заперечення того, що російські хакери зламали сервер Демократичної

14 Телефонне інтерв'ю автора з представником Департаменту штату, 7 березня 2016 року.

15 Neil MacFarquhar, «A Powerful Russian Weapon: The Spread of False Stories», *New York Times*, 28 серпня 2016 року.

партії¹⁶. РТ також категорично підтримувала тих, хто виступає за вихід Великої Британії з Європейського Союзу під час референдуму в червні 2016 року, щоб послабити європейську єдність — питання, яке розколело би британський електорат на два протилежні табори. Розбіжності експлуатуватимуться. Кремль може апелювати як до лівих, так і до правих, які ставить під сумнів ліберальну демократію під час кризи. Він може звертатися до налаштованих проти ЄС чи проти Вашингтона. Кремль дотягнувся навіть до кандидата в президенти США. Хто знає, як тепер російська пропаганда може впливати на американський політичний мейнстрим.

Що більше сумнівів ви можете посіяти у свідомості людей з певного питання, то дужче послабите їхню схильність розпізнавати істину, коли вони її бачать або чують. Це головна мета, на якій ґрунтується російська пропаганда, і Віталій, нарешті, зрозумів це. Наприкінці нашого інтерв'ю він був щиро засмучений. Зрозуміло, що наша розмова розбурхала важкі спогади, а коли я запитав його про наслідки операції, то він виглядав справді пригніченим. «Дивіться, — сказав він, — мої батьки користуються інтернетом. Вони читали такі коментарі й статті, дивилися на меми та карикатури, і їм доводилося в це вірити, як і багатьом іншим людям. Тепер вони знають, що це, найімовірніше, підробка. Нині ніхто вже нічому не вірить».

16 Kristen East, «Trump in Hot Water over Putin Embrace», Politico, 9 вересня 2016 року.

Постмодерний диктатор: пригоди, відірвані від життя

Російський президент Владімір Путін розуміє час, в якому живе. Коли він анексував Крим, то захопив і відрубав частину іншої країни. Його бажання красти чужі землі не вписувалися в межі здорового глузду. Держсекретар США Джон Керрі назвав його стратегію «поведінкою з дев'ятнадцятого століття» — а можна сказати й з дев'ятого століття¹. Проте його методи, звісно, є підходом двадцять першого століття.

Путін ніколи офіційно не вторгався в Крим. Війна не була проголошена, російські солдати ніколи офіційно не порушували кордону. Натомість кілька сотень військ зайшли до Сімферополя й захопили його регіональний парламент і Раду міністрів. Вони маскувалися й носили зелену форму без будь-яких знаків розрізнення. Звичайно, всі знали, що вони росіяни, особливо, коли замасковані піднімали російські прапори над захопленими будівлями. Тоді, протягом декількох тижнів «маленькі зелені чоловічки» взяли під контроль регіон, а 16 березня, на спонсорованому Росією референдумі понад 96% кримчан нібито проголосували

1 Will Dunham, «Kerry Condemns Russia's 'Incredible Act of Aggression' in Ukraine», Reuters, 2 березня 2014 року.

за приєднання до Російської Федерації. Москва отримала шматок іншої суверенної держави, офіційно не вторгаючись в неї й навіть без жодного пострілу. Це, за словами Путіна, була демократія в дії.

Із одного боку, немає нічого нового. Росіяни називають це «маскування» — військовий обман, що «здійснюється на національному й театральному рівнях, щоб збити з пантелику ворога в політичному та військовому плані, щодо намірів і часових меж їхніх дій. У цих сферах, коли війна — це лише продовження політики, вона охоплює як політичні, економічні та дипломатичні заходи, так і військові»². Маршал Росії Георгій Жуков розробив це як доктрину ще у 1920-х роках, але вона ідеально підходить для Путіна, який є новою породою автократа.

У своїй книжці «The Dictator's Learning Curve: Inside the Global Battle for Democracy» Вільям Дж. Добсон стверджує, що сьгоднішні успішні деспоти — це ті, хто зрозумів необхідність еволюціонувати. Тоталітаризм є феноменом ХХ століття. Іді Амін, Пол Пот і Саддам Хусейн уже в минулому — вони всі намагалися, проте їм це не вдалося. Як показала Арабська весна, прагнення до демократії — глобальне. Її просування, як зазначає Добсон, — це міжнародна індустрія, підтримувана цілою низкою прав людини, спостереженням за виборами та організаціями з розвитку демократії, не кажучи вже про перехожих, які запостять кожен ваш кожен прояв садизму в інтернет³. Стань занадто відверто пов'язаний із вбивствами, і ти — сирійський Башар аль-Асад, відмежуйся від світу, і ти — північнокорейський Кім Чен Ин.

2 N. Iancu, A. Fortuna and C. Barna, ред., «Countering Hybrid Threats: Lessons Learned from Ukraine» (Амстердам: IOS Press, 2016), 45.

3 Див. William J. Dobson, «The Dictator's Learning Curve: Inside the Global Battle for Democracy» (Лондон: Vintage Books, 2013), лок. 72.

Путін засвоїв ці уроки. Ви можете поводитися в усіх своїх намірах і цілях як диктатор, але мусите мати вигляд демократа. Путінська Росія замінила радянську жорстокість приглушенішими формами гноблення — скрупульозно одягнувши його в ризу демократії, огорнувши мовою прав людини. Він замінив ГУЛАГ звинуваченнями в порушенні зонування, для закриття офісів дисидентських газет, розстрільні загони перевіряючими інстанціями, що розорюють буцім «зловмисних», непокірних бізнесменів. Вибори (хоч і фальсифіковані) проходять, конституція (хоч і ліберально витлумачена) є священною, опозиційні партії створюються, а не забороняються. Демократія управляється. І ви не можете вдиратися в країни чи масово вбивати людей. Цього так і не збагнув колишній президент України Віктор Янукович, і його жорстокість під час Євромайдану стала його крахом. Янукович був модерним диктатором, Путін є першим постмодерним диктатором. Янукович був аналоговим, Путін є цифровим.

Навіть російські реваншистські пригоди в Сирії, де загинули десятки тисяч людей, аби Москва могла як підтрима свого союзника Асада, так і пропагують бачення імперської Росії, спрямованої на заспокоєння населення, яке дедалі «процвітає», щоб краще підлягало управлінню. По-перше, Сирія — це виняток з правила, відкрита демонстрація російських сил у регіоні. По-друге, дії в Сирії були замасковані під виглядом одного з найбільш священних геополітичних тропів XXI століття — боротьби з тероризмом.

На Сході України, попри численні докази того, що Росія направила і військову техніку, і спецпідрозділи на допомогу сепаратистам, Кремль усе ще заперечує відверту російську присутність. Україна бореться із сепаратистами

й разом із Росією, але війна не оголошена і основний во-рог офіційно не існує. Радянська стратегія з викрутасами XXI століття.

Поїздка сходом України в той час, коли міста й селища захоплювали проросійські сепаратисти на початку весни 2014 року, — це поступове занурення в сюрреалістичні будні постмодерністської війни. Вплив інформаційного блицкригу в Росії був повсюдним: онлайн-контент просочився в офлайн-світ і змінював усвідомлення реальності для тих, кого він зачіпав. Кожне місто, яке я відвідав перебувало в стані громадянського й військового хаосу. Але серед усього цього знову з'являлися деякі ключові тропи — ідеї та мотиви, які могли б вийти прямо з-під віртуальної ручки Віталія, що на вулиці Савушкіна. Таке повсякчас повторювали мені українці зі сходу. Це було сюрреалістично. Але за хаосом була ясність. Путінська Росія чудово розуміє силу інформації у воєнний час і використовує її більш вміло, ніж будь-яка інша держава світу. Президент Естонії Тоомас Гендрік Ільвес, чия країна має власну російськомовну меншину, також побоюється можливих дій Кремля. Підсумовуючи дії Росії, він сказав:

«Окупація України виходить за межі інтересів Росії, це не спрацювало б на даному етапі з огляду на політизацію українського народу. З іншого боку, якщо ви можете порушити її рівновагу й внести нестабільність, якщо ви можете поширити наратив про те, що українці є купою корумпованих нацистських покидьків, то ви все одно виграли, тому що співчуття до України зменшується. Цей наратив панував у деяких частинах Європи доти, поки вона мобілізувала опозицію стосовно посилок допомоги

ЄС. Я маю на увазі, що ми не залишимо Україну напризволяще, але це буде важко. Тепер ви бачите аргумент: чому ми мусимо давати їм гроші, коли все це зникає [в руках корумпованих політиків]? Тому, якщо ви створюєте такий наратив, то навіть не потрібні російські війська, бо ви допомагаєте насадити страшну бідність і формуєте неефективну, безсилу державу. Отже, наратив є як військовим, так і політичним інструментом»⁴.

Мій досвід в Україні відкрив мені майже всі практики, які пов'язані з веденням війни ХХІ століття, й, зокрема, з посиленням використання «некінетичних» (невійськових) засобів ведення війни, особливо тих, що приніс Web 2.0. Для того щоб поєднати відчуття запаморочливої нереальності, все це розгорталося в контексті конфлікту «сірої зони», в якій всі сторони існували в стані, що був ні війною, ні миром. Я був свідком такого яскравого прикладу війни Еміля Симпсона, як «збройна політика». Росія розташувала війська й сепаратистів на території Сходу України, але було очевидно, що її головна мета — не перемогти українську армію, що зробити було б доволі легко. Насправді, це було далеко не першочерговою метою Москви, — вона ніколи навіть не намагалася оголосити війну, хоча й посилала війська й техніку через кордон для допомоги сепаратистам. Їй це не потрібно. Натомість, як зазначає Ільвес, її фокус спрямовувався на послаблення української держави, привчення східних українців до потрібного їм наративу. Зрештою, мета військових операцій полягала в тому, щоб підтримати інформаційні операції.

4 Інтерв'ю автора з Тоомасом Гендріком Ільвесом, Таллінн, 8 грудня 2014 року.

Як зазначила Марія Калдор, найуспішнішими у «нових війнах» є ті, хто зможе «уникнути бою й контролювати територію через політичне управління населенням»⁵. Це саме те, що Москва робила на місці. Подібно до того, як Еміль Сімпсон зазначає, що метою британських солдатів в Афганістані була не поразка талібів, а переконання місцевого населення підтримати афганський уряд, дії Росії були спрямовані на те, щоб змусити східних українців підписатися на кремлівський наратив і робити це, нападаючи на українську державу, без завойовування її столиці чи перемоги її армії.

У цьому можна побачити майстерний удар Путіна. Шляхом поєднання ретельно організованої пропаганди, підкріпленої обмеженою військовою силою, він створив саме визначення конфлікту сірої зони:

Конфлікт сірої зони найкраще розглядати як діяльність, яка є примусовою й агресивною за своєю природою, але навмисно розроблена для того, щоб залишатися нижче порога звичайного військового конфлікту і відкритої міждержавної війни. Підходи сірих зон є переважно цариною ревізіоністських сил—суб'єктів, які прагнуть змінити певний аспект наявного міжнародного середовища, а мета полягає в тому, щоб пожинати вигоди, будь то територіальні чи інші, які зазвичай пов'язані з перемогою у війні. Але підходи сірих зон мають на меті досягнення цих переваг, не переходячи у відкриту війну, не перетинаючи встановлені червоні лінії, а отже, не піддаючи виконавця таким ризикам, які можуть виникнути під час такої ескалації⁶.

5 Див. Mary Kaldor, «New and Old Wars: Organised Violence in a Global Era», 3-тє видання. (Лондон: Polity, 2013), лок. 358.

6 Hal Brands, «Paradoxes of the Gray Zone», Foreign Policy Research Institute, 5 лютого 2016 року.

На практиці це означало, що можливість зовнішніх сил втручатися в справу України була і є суворо обмеженою. Без оголошення війни міжнародні держави не могли відкрито звинуватити Путіна в тому, що він є відвертим агресором. Високопоставлені міжнародні особи засудили дії Росії (і, звісно, знали правду цієї ситуації), але це мало невелике значення. Росія постраждала за свою поведінку у вигляді санкцій. Але вона отримала Крим, продовжує дестабілізувати Україну і впевнена в тому, що якщо вдасться до масових вбивств або направить свою армію до Києва, світ засуджуватиме, але майже нічого не зробить. Світ ще не наздогнав Росію: він досі вважає, що слова, пропаганда і партизанські наративи менш небезпечні, ніж танки. Те, що Росія зробила, слід визначати як ведення війни XXI століття, що провадиться з помірною ефективністю і самовпевненістю.

«Новоросія! Новоросія!»— кричав чоловік, коли відірвався від пляшки з невизначеною прозорою рідиною— неважливо, що це було, воно явно робило свою справу. Був кінець 2014 року, я стояв біля кафе в Донецьку, на сході України, намагаючись зателефонувати. Він нахилився і дихнув на мене перегаром. Я злякався, що він насправді п'є чистий спирт. Він тицьнув пальцем у мене: «Київ— фашистська хунта, фашистська хунта!»,— повторив він ламаною англійською мовою. І, плюнувши на землю, додав: «Бандера, птуй!», маючи на увазі українського націоналіста Степана Бандеру, який співпрацював з нацистами під час Другої світової війни. Я відступив кілька кроків назад, але це не допомогло— він схопив мене за руку. «Путін, він сильний! Він сильний!»— підсумував чоловік, показуючи кулак вільною рукою для відчутнішого акценту. Те, що зробив Віталій на фермі тролів, здавалося, пробилося прямо на поле битви України.

Тим часом російське телебачення, переважно канали «Вести», «Россия 24», «НТВ», «Первый канал» і «РТР Планета», продовжувало зберігати владу над уявою східних українців. Донбаський край був землею колишнього президента України Януковича, але після протестів Євромайдану влада не робила спроб звернутися до сходу і заспокоїти людей там, багато хто співчував президенту і в неспокої спостерігали за революцією. Російське телебачення та інтернет заповнили цю порожнечу. Віталій і його колеги вийшли на поле бою.

Спеціальний репортаж на каналі «Россия 24», в якому один з путінських журналістів, Дмитрій Кисельов просував російську стратегію крутили двічі, 13 квітня (і знову 27 квітня) у дні розпаду сепаратистського перевороту. Кисельов використовував трансляцію для того, щоб оголосити два чи три прості повідомлення, які стали основою пропагандистських атак Росії на Україну протягом усієї кризи. «Київ повністю під американським контролем; він втратив суверенітет», — голосно заявив він. Звертаючись до присутніх (насправді невеликої кількості) ультраправих осіб серед протестантів, таких як політична партія «Свобода» та група «Правий сектор». Він стверджував, що Євромайдан був «русофобним і фашистським» повстанням, що скинув демократично обраного президента. Він попередив, що «Правий сектор» наказує своїм насильницьким ультранационалістичними організаціям тероризувати Східну Україну.

«Усі медіа, — сказав канадський філософ Маршал Маклуган, — це розширення деяких людських можливостей — психічних чи фізичних»⁷. На Сході України це було

7 Marshall McLuhan and Quentin Fiore, «The Medium Is the Message: An Inventory of Effects» (Нью-Йорк: Bantam, 1967), 18.

так, ніби транслиювалася центральна нервова система Путіна. Люди, з якими я розмовляв, не висловлювали так багато скарг, як повторювали мантри про фашистські хунти й всюдисущість терористів «Правого сектора», мантри, що існували тільки на російському телебаченні та в інтернеті, тобто в уяві Кремля. Вплив російськомовних каналів на літніх східних українців, а також статей і мемів у «Вконтакте» серед молоді, з якою я познайомився, було майже тотальним. Старі чоловіки популяризували геополітичні концепції, що виходили прямо з уст Путіна, навіть коли вони не могли пояснити, що означають ці концепції. Підлітки сміючись показували мені расистські меми Обама на своїх смартфонах. Віра у фантастичні уявлення, такі як Київ хоче «знищити» російську мову в Україні, «Правий сектор» всеусюдний і завжди готовий завдати удару, була фанатичною. «Ферма тролів», з її виготовленням мемів, фотожаб, нескінченних відеокліпів і статей, зіграла свою роль у ширшій інформаційній війні. Це було не просто оприлюднення нарративу, це було переосмислення реальності.

Така віра зосереджувалася на здатності соціальних медіа максимально збільшувати відцентрові імпульси. Подібно до того, як нові технології об'єднують людей, вони також посилюють їхні розбіжності — здатність, яку Москва використовувала для ефективного впливу на натовпи безправних проросійських українців, позбавлених волі, через частину сходу країни. Шостого квітня 2014 року на Куликовому полі, на широкій площі в центрі Одеси, я побачив першу проросійську демонстрацію. Кілька сотень мітингувальників, багато хто з російськими прапорами (хоча ще більше розмахували серпом і молотом СРСР), заповнили площу, де грали радянські марші й виступали

ті, хто прославляв Росію. У передній частині натовпу чоловік з гордістю махнув прапором із зображенням Йосифа Сталіна, який скидався на Арнольда Шварценеггера, такий само м'язистий і в руках тримав величезний кулемет. «Ті з вас, які хочуть приєднатися до Європи, витягуйте вазелін», — вигукнув спікер до натовпу, який скандував криками схвалення. Більшість були пенсіонерами. «Америка хоче перемогти нас! Вона хоче купити нашу країну!» — продовжив він. Більше овацій.

Надто нафарбована дама років шістдесяти пояснила мені позицію протестувальників. «Якщо сюди прийдуть російські війська, я зустріну їх з хлібом і сіллю, — заявила вона гордо. — Вони [київська влада] ненавидять нас, — продовжила вона. — Вони хочуть знищити нашу мову. Якщо ви поїдете до Львова [сильно проукраїнського міста на Західній Україні], вони навіть не продадуть вам молоко, якщо ви розмовляєте російською»⁸.

Я чув цю скаргу в кожному окупованому місті, яке я відвідував. Це була велика проблема для влади, як пізніше зізналася мені українська депутатка Ольга Белькова, коли ми з нею сиділи за кавою на терасі в кафе у центрі Києва. «Люди на сході мають постійний потік інформації, яка говорить про те, що для них справи йдуть погано, тому що вони російськомовні, а ідіоти в Києві їх не слухають, — сказала вона. — Економіка майже мертва, але все, про що вони можуть говорити, — це мовна проблема»⁹.

Збоку від площі стояла група людей у масках і формі, озброєних бітами, спостерігаючи за демонстрацією. «У нас

8 Цей параграф і частини попереднього взяті з моєї статті «Meet the Ordinary Ukrainians Arming the Country Against Russian Separatists», *New Statesman*, 8 січня 2015 року.

9 Інтерв'ю автора з народним депутатом України Ольгою Бельковою, Київ, 17 квітня 2014 року.

є відомості, що «Правий сектор» приїжджає до Одеси, щоб спалити наші намети о четвертій годині ранку, — мовив лідер групи Олександр, — і ми готові зустріти їх». Він сказав, що не хоче жити в країні, якою управляє «фашистська хунта», і що настав час відокремитися від України. Посадивши їх на «дієту» російського телебачення і пропаганди соціальних медіа, Кремль змусив громадян однієї країни розколоти на абсолютно протилежні табори. Когнітивний розрив між тим, у що вірили східні українці, і тим, що відбувалося у їхній власній столиці, — всього на відстані 440 кілометрів — був майже цілковитим.

Через кілька днів я приїхав до Донецька і побачив початок такого самого процесу. Кілька сотень сепаратистів штурмували центральну адміністративну будівлю міста, оголосили створення незалежної Донецької Народної Республіки (ДНР) і тепер публічно закликали Росію надіслати військову силу для їхнього захисту. З балкона будівлі висів великий банер: Народна Республіка Донбас.

Протестувальники, які зібралися біля будівлі на бульварі Шевченка, хотіли, щоб Донецьк слідував за Кримом. Вигуки «Ре-фе-рен-дум! Ре-фе-рен-дум!» змішані ще з гучнішими криками «Ро-сія! Ро-сія!». Приїхали деякі російські медіа, з чого був радий натовп: «РТ каже правду! РТ каже правду!» — волали вони, підбадьорюючи команду РТ¹⁰.

Східні українці мають виправдані невдоволення до Києва, який двадцять років нехтує своїм регіоном. Рівень безробіття у Донецьку у 2014 році був на 2% вищим, ніж у середньому по країні, а основна галузь промисловості —

10 Описи з моєї поїздки є в моїх статтях «They Wanna Be Back in the U.S.S.R.», Daily Beast, 8 квітня 2014 року, і «In Eastern Ukraine the Protestors Wait for Russia to Take Charge», New Statesman, 17 квітня, 2014.

видобування корисних копалин — гинула. Існує також злість, яка впливає з поширеного переконання, що схід субсидує решту України. У 2013 році східні міста — Донецьк і Луганськ — вклали до ВВП України 11,7% і майже 4% відповідно¹¹. Багато протестувальників, з якими я спілкувався, відчували себе обдуреними. Але, крім деяких невізразних аргументів про вищі пенсії, було мало обговорень щодо того, якими є реальні переваги приєднання до Росії.

Постійна медіа війна Путіна в Україні успішно посилює давні регіональні образи, які сприяли створенню умов для дестабілізації на сході. Перший етап було завершено. Маскування — таємна військова акція, яка йшла за дестабілізацією, — було другою стадією. За кілька днів після мого візиту до Донецька Східна Україна повстала, коли 12 квітня озброєні сепаратисти штурмували й зайняли поліцейський відділок у Слов'янську — на той час незначне індустріальне прикордонне містечко з населенням приблизно 130 тисяч осіб. Я був одним з перших журналістів, які прибули на місце події по обіді. Здалеку було чути інтенсивні вибухи. Годину до цього я наштотхнувся на сепаратистський контрольно-пропускний пункт, який контролював вхід до міста, де озброєні люди оточили мою машину й наказали мені й іншому журналісту під прицілом зброї показати свої документи й звинуватили мене в тому, що я американський шпигун.

Барикади були встановлені навколо поліцейського відділка, повністю відділяючи його від вулиці. Доступ до нього контролював озброєний чоловік, який використовував щит, щоб зімпрівізувати двері. Я прилаштувався до групи демонстрантів і, зрештою, увійшов усередину. Подружжя

11 «Requisitioning of Explosives by Rebels Stops Work in East Ukraine», Moscow Times, 28 липня 2014 року.

середнього віку монотонно вигукувало проросійські гасла, а підлітки захоплено по черзі робили селфі перед неоновим синім поліцейським знаком. Чоловіки в масках у формі, не звертаючи уваги на хаос навколо них, охороняли місцевість, їхні пальці впиралися в тригери автоматів, які вони постійно тримали вниз—класична поза професійного солдата. Вони стояли разом у групах по двоє-трьох і спілкувалися по радіопристроях. Вони відмовилися говорити зі мною, але їхній одяг і поведінка були такі самі, як у солдатів, які захопили Крим. «Маленькі зелені чоловічки» повернулися в Україну¹².

Проте цього разу Росія була більш нахабною, відкрито відправляючи російських громадян, щоб очолити повстання, зокрема, Ігоря Стрелкова—Гіркаіна. Його вважають, як українські, так і західні військові офіцери, полковником російського спецпідрозділу, і він швидко став «командувачем» народної міліції Донбасу, розташованої у Слов'янську. Там він очолював вищих російських офіцерів, багато з яких воювали в Чечні та Афганістані, які навчали місцеву міліцію, а потім переходили до інших окупованих міст на сході¹³. До середини квітня Київ заарештував понад сотні російських громадян за сепаратистську діяльність.

Протягом наступних місяців конвой військової техніки, включаючи танки й ракети, повільно переходив через кордон з Новошахтинська, контрольно-пропускного пункту у 80 кілометрах від тренувального табору біля російського міста Ростова, що дало змогу повстанцям битися відкрито з переважною кількістю та вогняною силою. Багато

12 Деякі описи мого перебування у Слов'янську є в моїй статті «В Inside Occupied East Ukraine», Daily Beast, 14 квітня 2014 року.

13 «Ukraine: Running Out of Time», Crisis Group Report номер 231, 14 травня 2014 року, 3.

військової допомоги прийшло у Слов'янськ, маскуючись під гуманітарну допомогу. Фрідон Векуа працював із сепаратистами, таємно доповідаючи Києву. «Був такого типу телефонний дзвінок: «Ви отримуєте пакет: 50%—гуманітарна допомога; 50%—це щось інше»¹⁴.

Влада Києва та спецслужби безпеки, які все ще відмовлялися від анексії Криму, могли лише дати політичну та військову відповідь¹⁵. Після того як тодішній виконувач обов'язків Президента України Олександр Турчинов оголосив про початок АТО (13 квітня), серія наступальних заходів і контрнаступів між українськими військами й повстанцями показала, що боротьба поширилася на ще більші території південного сходу. Десятки вертольотів і літаків української армії були збиті з використанням озброєння, що поставлялося Москвою, а українська армія обстріляла сепаратистські позиції в окупованих містах. Сотні людей загинули. Одинадцятого травня в ДНР відбулася серія референдумів, які київські та міжнародні спостерігачі визнали незаконними. У Донецькій області 89% населення «голосували» на користь самоврядування¹⁶. Демократична видимість підтримується постійно.

Але криза в Україні була близька до глобальної, для якої Путіну знадобиться інший набір інструментів. Сімнадцятого липня 2014 року важкі втрати змусили повстанців відмовитися від Слов'янська. Літак Malaysia Airlines MH17 з Амстердама до Куала-Лумпур був збитий

14 Телефонне інтерв'ю автора з Фрідоном Векуа, Київ, 16 вересня 2014 року.

15 Інтерв'ю автора з представником Служби безпеки України, 4 липня 2014 року.

16 «Ukraine's Lugansk Declares Itself Sovereign State», Sputnik News, 12 травня 2014 року.

над Східною Україною зенітною ракетою, всі 298 людей загинули. Одразу, після того як упав літак, Стрелков опублікував повідомлення на своєму сайті «Вконтакте», що він бере на себе відповідальність за знищення цього літака, тому що вважав українським¹⁷. Пізніше цей пост було видалено, але ним устигли таки поділитись у мережі.

Високопосадовці США і НАТО вважали, що сепаратисти тільки від Росії могли отримати необхідні зенітні ракетні системи. Міжнародні лідери засудили Путіна. «Це визначальний момент для Росії, — написав британський прем'єр-міністр Девід Кемерон. — Президент Путін має дати відповідь щодо цієї жахливої трагедії»¹⁸.

На Сході України Путін розгорнув найефективніший для своєї цільової аудиторії носій: телебачення. Але якщо Східну Україну можна було заплутати й підкорити через російськомовні канали й соціальні медіа, то проблема МН17 була глобальною, вимагаючи міжнародного миттєвого реагування. Соціальні мережі тепер мали довести свою цінність Кремлю на глобальному рівні. Як статті про аварію розійшлися по всьому світу, так само і «ферма тролів» почала працювати на повну силу.

Тисячі газет *Guardian* та інших видань писали про те, як платні прокремлівські тролі, з'явилися в коментарях, щоб захистити Росію, атакувати Україну й узагалі заплутати факти¹⁹. Багато хто з них, а також матеріали, які вони використовували для просування своєї справи, прийшли з тієї непримітної будівлі, що на вулиці Савушкіна.

17 https://web.archive.org/web/20140717155720/https://vk.com/wall-57424472_7256, 17 липня 2014 року.

18 «Prime Minister's Statement on Ukraine and Gaza», 21 липня 2014 року, www.gov.uk/government/speeches/prime-ministers-statement-on-ukraine-and-gaza.

19 Chris Elliott, «The Readers' Editor on... Pro-Russia Trolling Below the Line on Ukraine Stories», *Guardian*, 4 травня 2014 року.

Кремль також міг скористатися десятками тисяч своїх фанатів, які тільки й чекали, щоб затвітити чи поділитись офіційною лінією — критично, коли потрібно швидко реагувати. Через кілька годин, після того як МН17 впав, тисячі проросійських «Фейсбук»-сторінок і Твіттер-каналів почали повторювати кремлівську риторику й звинувачувати українців: це сталося через Україну, так, це був Київ або американці. Або навіть, як описували в багатьох проросійських мемах «Вконтакте», через змову між американцями та українцями. Теорія змови, заперечення і перекидання провини: вибудована система російської пропаганди викрита, нею поділились і затвітили її у безкінечність.

Багато за межами Росії та Східної України відкинули ці абсурдні претензії, але для Путіна це не мало значення — це не було його метою. Переконувати своїх прихильників — багато з яких хотіли знати, що Росія не має нічого спільного з масовою розprawою над цивільними особами — було легко. План справжньої мети був дуже простим: увести світ в розгублений стан, заплутати, а для цього різні платформи соціальних медіа й здатність поширювати наратив, яким вони наділяли користувачів, були ідеальними інструментами.

Більш проблематичним був політичний вплив. Після краху дипломати обговорили можливість нового туру фінансових санкцій проти Росії, яка в глобалізованому світі може бути руйнівним. Але глобалізація скорочує обидва шляхи, і Путін майже на інстинктивному рівні це розуміє. Уся його політична філософія базується на переконанні, що геополітичні парадигми ХХ століття застаріли.

І він має рацію. Росія знає, що міжнародні корпорації стали потужнішими, ніж міжнародні інституції. Фінанси самі є багатонаціональними. Кемерон, можливо, говорив

жорстоко про санкції, але Британія має неоплачені боргові рахунки російською готівкою. Британські національні школи та художні галереї залежать від цього. Лондонський лідер на ринку нерухомості залежить від цього. У 2014 році комерційні юристи Лондона отримали 60% своєї роботи від російських клієнтів²⁰. Британська компанія BP має частку в розмірі 20% в «Роснафті», найбільшій російській нафтовій компанії, а її теперішній керівник Лорд Лівінгстон попередив, що британські банки постраждають від подальших санкцій ЄС щодо Москви. Санкції належним чином надійшли 29 липня 2014 року, але їхній ефект був помітно обмежений. Російська нафтовидобувна промисловість була помічена, але пристрасть ЄС до російського газу (на відміну від нафти) залишила цей сектор недоторканим.

Український депутат Анатолій Гриценко, колишній міністр оборони й колишній кандидат у президенти, незадоволений, йому було прикро через цю ситуацію. Я зустрівся з ним у його кабінеті в парламенті України на початку 2014 року. Безперервно палячи Marlboro Lights, він сказав мені: «Люди говорять про взаємозв'язок, але вони не розуміють, що проблеми України стосуються всіх. Путін анексував частину такої великої країни, що на її території можна розселити населення кілька європейських держав. Хто буде наступним? Естонія, Придністров'я? Це матиме дестабілізаційні наслідки через тридцять чи сорок років. На той час Камерон і Обама десь ходитимуть на рибалку, а інші люди змушені будуть стояти перед наслідками цих дій. Глобалізація, — фиркнув він. — Вона означає, що Путін може уникнути покарання за вбивство».

20 Ben Judah, «London's Laundry Business», New York Times, 7 березня 2014 року.

Путін, попри вибагливий калібрований демократичний вигляд, є справжнім узурпатором. Він хоче не просто контролювати ваш бізнес або вашу політику. Він приходить за вашими почуттями: російських військ немає на Сході України. Вони ніколи не вторгалися в Крим. Те, що ви бачили, — ви не бачили. Нові медіа дають йому змогу проштовхувати своє повідомлення все більш ефективним і широким способом. На місцевому рівні воно переосмислює реальність, створюючи умови для війни; на міжнародному рівні він використовує двигун громадської думки, щоб або виправдати, або заплутати. За ним стоїть громадянська армія, яка підсилена соціальними медіа. Централізована державна влада протистоїть розсіяній владі цивільних, у той час як Захід, який потрапив у павутиння глобалізованих фінансів, зрештою, безсилий діяти. Такий вигляд має війна XXI століття. А Володимир Путін є в ній головним спеціалістом.

Інтерпретатор 1: від спальні до поля бою

Еліот Гіггінс був пошарпаний в боях, але непохитний. Він ніколи не припинив би боротися. Альянс проти Орди, люди, Дріади, Гноми, Високі Ельфи, Ті, хто пильнує Гай, Тушуйський Пандарен і Ворген: він або воював, або укладав альянси з ними усіма на різних етапах війни, що тривали по кілька тижнів, часто внаслідок конфліктів, що тягнулися роками. Він був природженим лідером. У нього були як характер, так і організаторські здібності, необхідні щоб утримувати десятки людей під командуванням за найнапруженіших обставин. Стратегія і тактика мали бути ідеально вивіреними, аби здобути перемогу. А для Гіггінса перемога була всім: він ставився до війни фанатично, попри усі труднощі координації чисельних підрозділів розпорочених по всьому світу, коли з більшістю бійців він ніколи не зустрічався особисто.

Гіггінс був затятим гравцем World of Warcraft, найпопулярнішої у світі мережевої рольової гри (MMORPG), розрахованої на багато учасників. Майже щодня він з'являвся онлайн, збирав свої війська й розчинявся в інтернеті. Ігрові марафони були регулярним явищем. Щойно він опинявся

в альтернативній реальності, решта світу для нього припиняла існувати. Цілий день міг піти на дванадцятигодинну ігрову сесію, Гіггінс просто не зважав, що день за вікном змінювала ніч. Тоді він іще цього не знав, проте кожен день, що його він проводив у мережі, наближав Еліота на один крок до того, ким він зрештою, стане: онлайн-шпигуном, здатним використовувати інструменти соціальних медіа, та дані у вільному доступі задля розвінчання брехні однієї з найпотужніших держав світу, навіть не полишаючи своєї кімнати.

«Ігри навчили мене більшості навичок, необхідних для поточної роботи», — говорить Гіггінс зі сміхом, відхилившись назад і сьорбаючи каву в галасливому Café Negro на Стренд у центрі Лондона¹. У кав'ярні, де ми сидимо, шумно від клієнтів, зараз обідня пора. Із колонок, розташованих у кожному куточку зони відпочинку, звучить підзабута попса. «Інтернетом я користувався завжди, — каже Гіггінс. — Упродовж 1996–1997 років він став доступним для пересічних людей. Я швидко приєднався до чисельних інтернет-спільнот. Щодо ігор, то я почав із Ultima Online, MMORPG на основі популярної рольової ігрової серії того часу. Це була інтенсивна онлайн-спільнота з різними гільдіями та групами. Потім я доріс до World of Warcraft. Гра може поглинути з головою, позаяк передбачається, що 30–40 осіб одночасно годинами сидять в інтернеті. Ви маєте організувати людей, маєте скеровувати їх, бо люди дратуються, косячать. І з часом ви починаєте розуміти типи особистостей в інтернет-спільнотах. Нині те саме ви бачите

1 Розповідь Еліота Гіггінса із цього розділу взято із зустрічі з автором у Лондоні 23 березня 2016 року, а також із попередньої зустрічі в Лондоні 27 лютого 2015 року та з першого скайп-інтерв'ю 13 листопада 2014 року.

серед користувачів Twitter — різні види персонажів, якими вам треба навчитись управляти: панікер, людина, яка стресує через кожну дрібницю, — тож ви маєте підтримувати їх збалансованими й зосередженими, бо ніколи не зможете заспокоїти їх цілком. Потім необхідно визначити лідерів. Вони є проактивними: їх обирають групи, вони щось роблять, а всі повторюють за ними. Хай коли я долучався до гільдії, щораз ставав лідером — я не можу просто сидіти й плисти за течією. Мені потрібно підштовхувати людей до дій та організовувати виконання завдань».

Гіггінс продовжив: «Це добре позначилося на моїй поточній роботі. У дні, присвячені іграм, я навчився зосереджуватися на одному. Все інше ставало для мене нецікавим. Наразі відбувається те саме: якщо я працюю над дослідницьким проектом, то постійно обмірковую його з різних позицій, думаю про те, як мені діяти далі. Усе зводиться до вміння бути організованим. Це чудово, постійно обмірковувати всі деталі, але необхідно бути у край організованими, щоб усе йшло так, як має необхідно».

Гіггінсу під 40, він блідий, із темним сивуватим волоссям, високий, середньої статури. У прямокутних окулярах, із приємними манерами, він скидається на пересічного лондонця — одного з мільйонів, які щодня прямують на роботу, можливо, адвоката, кодера чи молодого науковця. Проте він не є жодним із них. Гіггінс — щось новеньке. Таке нове, що зміст його роботи досі не піддається легкій класифікації. Однак вплив його діяльності незаперечний. Від війни в Лівії до Сирійської громадянської війни, усюди відчувається його присутність, а особливо активним він був, мабуть, у російсько-українському конфлікті. Це почалося після 17 липня 2014 року, коли літак МН-17, який летів із Амстердама до Куала-Лумпур, збили над Східною

Україною. Гігінс, не переступаючи порогу свого будинку, подеколи в самісінькому спідньому, завдяки лише кільком волонтерам, які допомагали йому на безоплатній основі, зміг майже остаточно довести те, чого не змогли зробити навіть західні спецслужби: російська армія надала проросійським сепаратистам на сході України ракетний комплекс «Бук», який збив літак. Вагомість цього факту — він доводить, що відповідальність за 298 смертей цивільних, зрештою, лежить на Москві, це має величезне глобальне значення у війні між Росією та Україною.

Гігінс не має досвіду роботи у спецслужбах або у військовій сфері. Він не має доступу до секретної інформації. Він не є хакером або ІТ-віртуозом. Насправді, вершиною його кар'єри дотепер, певно, була посада співробітника компанії жіночої білизни. Проте разом з кількома іншими завдяки силі відкритої інформації, доступної у соціальних мережах, — Гігінс зміг довести провину Росії. Якість і промовистість цього прецеденту були такими, що Міністерство закордонних справ Росії неодноразово мусило публічно відповідати на його запити. Тобто головне крило державного апарату найбільшої країни світу мусило публічно спростовувати його висновки. Немає чіткішого прикладу зміщення влади від ієрархій до окремих осіб і мереж індивідуумів, ніж прецедент Еліота Гігінса. Не виходячи зі свого будинку, він як індивідуальний громадянин безпосередньо вплинув на війну наративів довкола російсько-української кризи так, як раніше це було немислимо і тим паче неможливо. Усе, що йому для цього знадобилося, — це інтернет-зв'язок і багатогранна особистість.

Поява Web 2.0 перетворила користувачів інтернету з простих пасивних споживачів інформації на осіб, здатних

використовувати різні платформи для створення власного контенту. У центрі цих платформ—інструменти для створення мереж і трансляції (звідси й терміни «соціальні» та «медіа»). Люди тепер використовують LinkedIn для розширення мережевих можливостей бізнесу, Facebook—щоб відстежувати життєписи друзів і демонструвати свої гламурні канікули та діточок, а Instagram—щоб постити селфі. Тепер, маючи змогу продукувати нескінченні потоки інформації, люди видають ці нескінченні потоки переважно із соціальною метою.

Проте ці можливості також використовують усі—від Фари, яка транслює палестинські страждання, до Анни, яка мобілізує волонтерів і збирає пожертвування. «Продюсери» (користувачі, які також виробляють віртуальний продукт) створюють контент, і весь контент—це дані, які компанії соціальних медіа жадібно збирають, щоб продати рекламодавцям, аби вони могли пристосувати свої продукти під користувачів. Проте в час кризи та війни контент є наборами даних. Кожне відео на YouTube з України або Сирії стає можливим свідченням з місця події для розслідування злочину, кожен твіт може бути джерелом підтвердження чи спростування чуток. Соціальні медіа—це лише сукупність майже нескінченних потоків контенту та даних, масштаби яких—особливо у воєнний час—такі колосальні, що майже не піддаються опрацюванню. Росія використовує цей каскад, щоб заплутувати і спотворювати, ширити брехню й дезінформацію. Та якщо ви можете навчитися інтерпретувати ці дані, якщо ви новітній вид людини, *Homo digitalis*, то зможете робити справді неймовірні речі, зможете впливати на війни так, як раніше ніколи не було можливо.

Усе почалося з Лівії. Окрім гри Гіггінс від початку долучився до онлайн-дискусій. Потім почав робити авторські дописи у Liveblog газети Guardian, улітку 2011 року (коли він був залучений в онлайн-спільноти вже понад десять років) вирувала громадянська війна в Лівії. Він постійно переглядав десятки відео, що висвітлювали ситуацію, які постили лівійці, а традиційні медіа ігнорували. Коли він сперечався в інтернеті з людьми про те, що робить уряд і повстанські сили, то на підкріплення своїх аргументів, часто використовував відео з YouTube, які завантажували очевидці. Незмінно його опоненти відмахувалися: «Ну і як ви знаєте, що відео реальне?».

Гіггінс вирішив, що спробує довести, що відео були реальним — здебільшого, щоб підкріпити свої онлайн-аргументи. У нього з'явився такий шанс, коли урядові сили та повстанці почали боротьбу за лівійське місто Брега у затоці Сідра. І повстанці, й уряд згодом стверджували, що захопили місто, і ця суперечка розривала Liveblog у Guardian. Заплутувало те, що обидві сторони розміщували відео, які, здається, підтверджували їхні заяви. Очевидно, що вони не могли одночасно утримувати місто, тому Гіггінс вирішив здійснити детективне розслідування. Він спробував з'ясувати, де зняли відео, переглянувши GoogleMaps, — і це стало початком усього.

GoogleMaps дали Гіггінсу доступ до дечого важливого: супутникового зображення. Він мав змогу побачити зону конфлікту в онлайн-режимі з космосу, що виявилось неймовірно важливим, коли згодом Гіггінс, натрапив на, здавалося б, невинне відео, яке, зрештою, стало ключем до таємниці, хто контролює місто насправді. Відео було настільки простим, наскільки це лише можливо: майже впродовж п'яти хвилин бойовик просто крокує вулицею

з камерою, тримаючи її перед собою (по суті, розширений селфі-кадр). Глядач бачив тло за його спиною, що було просто дорогою, якою він крокував. Глядач міг бачити також перехрестя, коли бойовик їх минав.

Одержимість Гігінса підкріплював досвід багаторічного онлайн-геймінгу. Він вирішив відтворити карту вручну: коли бунтівник у відео проходив дорогою, Гігінс замальовував напрямки і повороти. У відео не було жодних прикметних орієнтирів, тому форма дороги була єдиним, що можна було звирити з космосу. Він належним чином розмітив дорогу та згодом міг зіставити обриси шляху бойовика та дороги на супутникових знімках. Через зіставлення цього єдиного повстанського відео з супутниковими знінками він зміг виснувати, що, хоча повстанці перебували в Брезі, вони залюднили його найдальшу околицю, тож Гігінс розвідав, що це був житловий район Нова Брега, який звели нещодавно на сході міста. Потім він застосував аналогічні прийоми, дослідивши відео, яке розміщував уряд. Істина вийшла на поверхню: обидві сторони брешуть. Жодна з них не захопила Брегу. Найімовірніше, урядові сили захопили західну частину міста, а повстанці — східну. Кожен із них знімав зі свого боку та стверджував, що контролює все місто. Це продемонструвало Гігінсу, що він міг перевірити, де відбувалася зйомка, одна з основоположних технік його майбутньої роботи з відокремлення істини від брехні у воєнний час.

У березні 2012 року Гігінс, тепер одружений і з маленькою донькою, подумував, що добре було б створити блог, бо це набагато ліпше, ніж поринати в онлайн-форуми. Він міг починати та завершувати дослідження, коли заманеться, подумав Гігінс, залишаючись вільним сім'янином, яким і був. Та це було найбільшою помилкою.

Гіггінс назвав блог Brown Moses через назви пісні Френка Заппа, яка йому подобалася. Він думав, що це добре звучало і зберігало його анонімність. Досі громадянська війна в Сирії дедалі загострювалася і знову інформація, що виходила з регіону, була незрозумілою й суперечливою, тож Гіггінс і тут спробував розібратися. Люди розміщували відео бойовиків із різними видами озброєння, тому він почав вивчати й розбиратися в різновидах зброї—усе з відкритих джерел, навіть із таких сайтів, як Wikipedia. Він став одержимим розміщенням у блозі тільки того контенту, у достовірності якого особисто упевнювався. Його досвід онлайн-обговорень щодо Лівії, де, на його думку, люди розміщували безкінечне лайно, не переймаючись достовірністю, залишив невитравний слід. Він не хотів скидатися тих дурників, які постили матеріал, щодо якого не мали найменшого уявлення—особливо на таку серйозну тему, як війна.

Повільно вибудовувалася нова кар'єра. Використовуючи матеріали з вільного доступу, які Гіггінс черпав із соціальних медіа, долучаючи свою невтомну одержимість достовірністю та бажання заглиблюватися навіть у найменші деталі, він почав прискіпливіше висвітлювати конфлікт у Сирії. Це було дуже потрібно. З огляду на небезпеку, іноземні журналісти не мали можливості висвітлювати війну безпосередньо з місця подій. Дезінформація та фальсифікація були разючими. І уряд, і повстанці висували протилежні заяви, які не можливо було перевірити. Принаймні вони так думали. Насправді традиційні медіа просто ще не знали, як застосовувати інструменти, якими дуже скоро опанував Гіггінс.

Робота Гіггінса привернула увагу загалу, і в січні 2013 року він зажив всесвітньої слави. Досі Гіггінс був експертом

з різних форм зброї, яку використовували обидві сторони в Сирійській війні, і на початку місяця, переглядаючи сирійське національне телебачення, він помітив дещо дивне: наявність ракетних пускових установок Osa M-79, що мають унікальний дизайн, який легко розпізнати. Як зазначено в блозі Гігінса, M-79—це «оригінальна югославська протитанкова зброя, яку розробили 1979 року та досі виробляють і використовують у країнах, які склали колишню Югославію»². Потім він побачив таку саму зброю на YouTube-каналі джихадистської організації Ansar al-Islam. Але ж джихадисти жодним чином не могли отримувати зброю з-за кордону, думав він.

Гігінс був аж так попереду міжнародних медіа в цьому дослідженні, що навіть New York Times не могла його наздогнати³. Зрештою, ветеран війни кореспондент С. Дж. Чивес об'єднався з Гігінсом, і разом вони виявили незаконний слід хорватської зброї, яка, зрештою, опинилася в руках джихадистських повстанців⁴. Знову ж таки, окрема особа змогла рухатися швидше й ефективніше за заковану інституцію, покрену бюрократією. Навіть служби розвідки помітили роботу Гігінса. Він сказав мені, що певні особи у французьких спецслужбах раділи його висновкам, позаяк уже давно виступали проти озброєння сирійських повстанців через те, що будь-яка зброя, яку постачають туди, опиняється в руках джихадистів.

Вплив роботи Гігінса сягнув геополітичного рівня, коли політики й дипломати почали його цитувати. Не було

2 «Evidence of Multiple Foreign Weapon Systems Smuggled to the Syrian Opposition in Daraa», Brown Moses (блог), 25 січня 2013 року.

3 Зауважу, що і Майкл Вайс, головний редактор Daily Beast, і Джеймс Міллер, головний редактор журналу The Interpreter, виконали важливу роль у цій історії.

4 Див. «How Brown Moses Exposed Syrian Arms Trafficking from His Front Room», Guardian, 21 березня 2013 року.

сумнівів: Гігінс еволюціонував у своїх дослідженнях від простого блогера до учасника конфлікту, здатного розвінчувати міфи й публічно викривати брехню швидше за усталені інституції, підточені бюрократією та укомплектовані людьми, які аж ніяк не розуміють нового інформаційного середовища, в якому нині діє світ. Гігінс упевнено демонстрував і медіа й урядовим установам шлях уперед.

Сімнадцяте липня 2014 року почалося для Еліота Гігінса як звичайний день. Британське літо, як завжди, для нього не існувало, він знаходився у помешканні, у своєму ноутбучі, працюючи над останнім дослідницьким проектом. Наприкінці 2013 року він створив компанію Brown Moses Ltd. Після кампанії з краудфандингу на Kickstarter 14 липня, зібравши 51 тисячу фунтів стерлінгів, Гігінс створив новий веб-сайт під назвою Bellingcat. Назва походить від класичної байки «Belling the Cat» («Навісити дзвіночок на kota») про групу мишей, які поборюють небезпечного kota. Гігінс тепер міг повністю присвятити свій час відкритим розслідуванням. Через годину він подумав, що перепочине, як завжди, з відкритим у фоновому режимі твіттером. Його відпочинок різко перервала поява новини про те, що над сходом Україною збито літак. Гігінс, який доти був орієнтований на Сирію й не приділяв великої уваги російсько-українському конфліктові, почав досліджувати соціальні медіа, в пошуках деталей щодо інциденту в Україні. Через кілька годин у мережі з'явилося відео. На ньому було зображено військовий транспортний засіб, що перевозив пускову ракетну установку. Засіб рухався по двосмуговому шосе з великими деревами обабіч. Багато людей говорили про це, намагаючись розібратися в тому, що саме це було, чи не було це фейком і, що важливо, де саме це відзнято.

Гіггінсу довелося дати деякі доручення, він запостив твіт, запитуючи, чи хоче хтось спробувати визначити геолокацію відео, де ракетна пускова установка виїжджає з міста: «Золота зірка першому, хто визначить геолокацію цього відео»⁵. Він повернувся через п'ятнадцять хвилин і побачив із десятків відповідей, дев'ять з яких указували на те саме місце: територія на південь від центру українського міста Сніжне. Гіггінс припустив, що ті, хто відповіли, впізнали дорогу посередині лісу і так просто визначили локацію, зважаючи на те, що в районі, який проходить через центр Сніжного, є тільки одна дорога. З YouTube відео було швидко видалено, проте Гіггінс давно вже засвоїв, що будь-які відео, які його цікавлять, варто негайно скачувати на комп'ютер⁶.

Згодом Гіггінс перевіряв для себе, використовуючи методи геолокації, що відео справді зняли в Сніжному, тож написав допис на Bellingcat, деталізуючи свої методи, щоб кожен міг відтворити його перевірку⁷. Розслідування почалося. Тепер в інтернеті спливали нові й нові фотографії, а неофіційна спільнота відкритих розслідувань — послідовників Гіггінса — намагалася їх перевіряти. Особливо зацікавило одне із зображень, яке з'явилося наступного дня: його зробили на майданчику гаража, й на ньому була вантажівка з такою самою ракетною установкою в кузові. Гіггінс намагався перевірити це, але безрезультатно — а без підтвердження локації цього зображення прив'язати його до розслідування не було підстав. То було просто фото вантажівки з пусковою ракетною установкою і це страшенно дратувало.

5 <https://twitter.com/EliotHiggins/status/489838127591469056>, 17 липня 2014 року.

6 «Geolocating the Missile Launcher Linked to the Downing of MH17», Bellingcat, 17 липня 2014 року.

7 Там само.

Менше ніж через двадцять чотири години після цього і за шість з половиною тисяч миль звідти, у Шарлотті, Північній Кароліні, Арік Толер відпочивав удома після ще одного важкого робочого тижня. Толер працював у денну зміну з неділі по четвер у Bank of America—Merrill Lynch, тому в п'ятницю, коли збили MH-17, мав вихідний. На відміну від Гігінса, він був спеціалістом із розвідки, щоправда, в корпоративній безпеці. Bank of America—Merrill Lynch має офіси в п'ятдесяти країнах із тисячами співробітників, і Толер був частиною підрозділу, який контролював відкриті дані щодо будь-якої інформації, яка могла би становити загрозу для працівників або філій—від терористичних актів до стихійних лих. Якщо щось відбувалося, він і колеги мали першими дізнаватися про це—ще до CNN. Насправді, якщо щось сталося, і CNN повідомив про це до того, як Толер довідався про це, то вже було занадто пізно. CNN не повідомляє нічого, доки всіх фактів не перевірять, тому він зазвичай мав вікно десь у 15 хвилин. Це була робота 24/7—команди працювали як у денну, так і в нічну зміни. Толер зосереджувався на Європі та постійно мав відкриті TweetDeck та інші платформи соціальних мереж.

Арік насолоджувався роботою, але існувало багато серйозних перешкод, які засмучували його. Структура була не найліпшою, простору для розвитку особливо не було та й панувала бюрократія—не така, як в уряді, та все одно це засмучувало. Існував певний простір для творчості, позаяк в Аріка були хороші начальники, але бюрократія стримувала. Знову ж таки, випадок Толера доводив, як усталені інституції, скуті бюрократією, просто не можуть конкурувати з мережами осіб, підсилених соціальними мережами.

Толер дізнався про Гігінса передусім як про джерело сенсацій у Twitter, особливо щодо конфліктів. Як і Гігінс, він мав одержиму натуру, проте таланти відточував на іншій арені. Як випускник кафедри слов'янських мов і літератури Канзаського університету Толер витратив багато часу на розвиток герменевтичних навичок, необхідних для аналізу літературних текстів і розповідей, розпізнавання закономірностей і впливів. Він годинами переглядав вихідні матеріали, як-от особиста кореспонденція й есе, щоб спробувати видобути біографічні дані, та рядок за рядком детально досліджував тексти. «Коли ви намагаєтеся визначити правдивість чогось, на кожні 99 біт інформації лише один є корисним, тому ви постійно шукаєте голку в копиці сіна», — сказав він мені⁸. Нині методи та фокус його розвитку й роботи були такими само, як і під час навчання, тільки тепер вихідними матеріалами стали посилання, відеоролики та пости замість віршів і романів.

Освіта Толера дала йому одну перевагу: він розмовляв російською мовою, що виявилось дуже важливим для перевірки фотографії з гаражного майданчика, з якою зараз працював Гігінс. Відпочиваючи та насолоджуючись вихідним, Арік був удома й переглядав Twitter. Був майже полудень, коли він помітив, що Гігінс розмістив світлину того, що визначив як ракетну установку «Бук», запитуючи, чи може хтось визначити геолокацію⁹. Усі підозрювали, що фотографія була зі Сніжного — міста, з якого з'явилося перше відео, але це все ще потребувало доведення. Толер міг бачити, що на тлі фотографії був магазин і зверху назва російською. На жаль, дерево перед знаком магазину

8 Розповідь Аріка Толера взято зі скайп-інтерв'ю з автором 13 вересня 2016 року.

9 «Buk Missile System», Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Buk_missile_system.

закрило частину назви. «Надто нечітко, щоб прочитати жовтий знак праворуч. Магазин ліворуч “ __ РОЙ ДОМ або __ ТОЙ ДОМ”», — затвітив він у Гігінса¹⁰.

Проте, як і з літературним текстом, Толер вирішив розв'язати цю задачу. Він бачив друге слово назви магазину, яке було словом «дом», розпізнати перше слово було проблемою — через дерево перед ним Арік бачив лише другу частину, яка була «рой». Потім він збагнув: це, мабуть, «строй»¹¹. Щойно він це опрацював, зрозумів, що це назва мережі магазинів інструментів, він повідомив Гігінса та кількох інших у стрічці в Twitter: «Зрозумів. Це СТРОЙДОМ, (stroy-dom.com). Я перевірю адреси цих магазинів у Сніжному», — триумфально запостив Толер¹².

Арік прогуглив назву магазину, та не міг знайти жодного посилання на такий магазин у Сніжному, проте виявив один у Торезі, місті на сході. Тепер він мав знайти точну адресу, щоб порівняти фотографію із супутниковими мапами. Він шукав Торез і Строй Дом і знайшов сайт вікі-типу, на якому наведено мапу міста. Він виявив вулицю 50-річчя СРСР, на ній розташований Строй Дом, але, на жаль, точної адреси сайт не дав. Ще погугливши Толер нарешті натрапив на офіційний документ з назвою магазину та його адресою, який був частиною свідчень очевидця. Озброївшись цією інформацією, Толер зміг визначити місце розташування на картах Yandex (російська версія GoogleMaps).

Однак Толер хотів бути певним. Йому треба, якщо це взагалі можливо, побачити точну адресу магазину, щоб

10 <https://twitter.com/AricToler/status/490168392918130689>, 18 липня 2014 року.

11 Див. також «Identifying the Location of the MH17 Linked Missile Launcher from One Photograph», Bellingcat, 18 липня 2014 року, яку написав Гігінс щодо роботи Толера.

12 <https://twitter.com/AricToler/status/490171165244002304>, 18 липня 2014 року.

підтвердити, що його розташування збігається тим, що на фото. Він знав, що в Росії й Україні люди люблять відеореєстратори, які часто використовують для забезпечення себе в разі аварій, але це спричинило дивний феномен, коли люди (загалом чоловіки) знімають, натомість, себе, їдучи містом зазвичай під музику. Камери завжди фіксують дату й на додачу надають тим, хто переглядає відео на своєму особистому Google Street View, інформацію, де це було знято. Арік шукав слова «Торез» і «50-річчя СРСР» у Google і на YouTube, сподіваючись, що йому пощастить — і йому справді поталанило. В одного хлопця було два відеозаписи, як він проїжджав вулицею (звісно, з двома різними піснями на задньому плані). Обидва відео були минулорічні, один раз туманного дня й один — ясного, тож він, вочевидь, був тамтешнім. Толер уважно переглядав відео і, зрештою, побачив магазин «Строй Дом». Він був упевнений, що це правильне місце, оскільки на ньому також видно чорно-білу смугасту будівлю праворуч.

Місце розташування визначили. Наступне, що потрібно зробити, — це визначити час, коли зробили фотографію. Для цього завдання у гру вступав Гігінс. Його метод полягав у використанні загальнодоступного веб-сайту під назвою SunCalc.net. Сайт дає змогу розміщувати там зображення, а потім за допомогою курсору переміщувати положення сонця в різні позиції. Тіні, які спричиняє сонце, змінюються протягом дня. Зіставивши тіні на фотографії з тіннями, які зумовлює сонце, коли ви переміщуєте курсор по зображенню, можна визначити приблизну пору дня на будь-якій світлині. Гігінсу й Толеру пощастило, тому що на фотографії Тореза небо було ясне, тож вони могли легко побачити напрямом тіней. Половина одного з будинків на фотографії була в тіні, а друга половина — ні. Відповідно, вони

могли визначити, що знімок зробили десь між 12:00 і 13:00. «Зараз в SunCalc за допомогою відстеження тіней з'ясовую час доби, коли сфотографовано “Бука” <http://suncalc.net/#/48.024,38.6146,19/2014.07.19/10:05...>» «Так, я отримую щось від 8-ї до 10-ї години ранку»¹³. «Час у SunCalc наш, тутешній, а не київський, чи не так?» — відповів на його твіт Толер¹⁴.

«Усі ці клаптики прояснюються, й ви складаєте їх до купи, щоб, зрештою, отримати щось цілісне, — сказав мені Гіггінс із посмішкою, коли допивав каву. — Це класична форма того, як люди працюють разом в інтернеті». Знову ж таки, поєднання нових інформаційних технологій і мережі людей доводили, що все можливо.

Тепер Гіггінс і команда мали перше відео зі Сніжного, а також фото з того ж міста, яке блогер Ендрю Хаггард (нині також учасник слідчої групи Гіггінса) перевіряв на сайті корейської оборони, що зазвичай опрацьовує Північну Корею¹⁵. Найважливіше, що показала перевірка, це те, що без вантажівки з причепом «Бук» рухався самостійно на гусеничному траку приблизно о 14:00–14:30. Потім було відео, яке також оприлюднили 17 липня з міста Зугрес, що легко перевірити, позаяк на ньому були координати. Проте Гіггінс і ще дехто однак двічі перевірили їх, аби переконатися, а заразом зіставили час доби з тінями, використовуючи SunCalc іще раз. Неформальна група детективів почала встановлювати маршрут шляху «Бука» Україною.

Приблизно через тиждень, 25 липня, команда зробила перерву. Французька бульварна газета Paris Match

13 <https://twitter.com/EliotHiggins/status/490506143132033024>, 19 липня 2014 року.

14 <https://twitter.com/EliotHiggins/status/490506143132033024>, 19 липня 2014 року.

15 «How to Find the Missing Buk System», koreanDefense.com, 19 липня 2014 року.

опублікувала світлину «Бука», а один із журналістів, Альфред де Монтекуйо, затвітив, що її зроблено в Сніжному. Його твіт спричинив тотальну плутанину серед активних користувачів твіттеру, бо зображення мало на тлі білборд, але в місті не було жодного такого білборда.

Під час наших розмов Гіггінс неодноразово згадував «вражаючий ефект» результатів його роботи, подібній до того, який справляє чаклун. Мабуть, ніщо ліпше не ілюструє цього, ніж той факт, що люди змогли визначити геолокацію фотографії по одному лише білборду — простому сталевому рекламному щиту (самого білборда фактично не видно). Процес складався з двох етапів. Перший полягав у тому, що вантажівка, яка перевозила «Бук», мала донецький телефонний номер, нанесений збоку. Телефонний номер загуглили, що дало адресу компанії, якій він належав. Paris Match, окрім усіх онлайн-опитувань про те, чи світлину зробили в Сніжному, подзвонили за номером, який виявився номером компанії з прокату автомобілів у контрольованому сепаратистами Донецьку, і власник компанії розповів, що проросійські сепаратисти викрали кілька його транспортних засобів цього ж місяця дещо раніше¹⁶. Тепер команда знала, що точна відправна точка вантажівки — адреса прокату автомобілів у Донецьку. Потім вони використовували план доріг в GoogleMaps між цією адресою й адресою з відео із Зугреса (яке було наступною точкою на карті від Донецька), щоб виявити найшвидший маршрут, а отже, найлогічніший для вантажівки — між двома точками. Після того, як це встановили, вони скористалися переглядом вулиць Google, щоб «проїхатись» цим шляхом, ніби вони були в самій вантажівці, аж поки хтось,

16 Для повнішого обговорення, див. «Paris Match on the Location of a Buk», Human Rights Investigations (блог), 28 липня 2014 року.

зрештою, побачив білборд у тому самому місці. Гіггінс двічі перевірив його й побачив, що навіть гілки дерев розміщено в тому самому положенні, й це найліпше, коли діло доходить до перевірки. То була кропітка праця. Проте вдалося їм це зробити за допомогою інструментів, доступних кожному. Paris Match мусила опублікувати уточнюючий матеріал, який свідчив, що зображення фактично походить із Донецька. А тим часом маршрут «Бука» ставав дедалі яснішим.

Незабаром Гіггінс і команда мали достатньо інформації, щоб точно встановити, що сталося в Україні. Проросійські сепаратисти вранці в Донецьку викрали вантажівку з прокату автомобілів, на фотографії Paris Match зображено вантажівку близько 9-ї ранку. Після цього вона доїхала до Зугреса, де її видно на відео об 11:40¹⁷. По тому її бачили в Торезі (на фото, яке перевіряв Толер) перед тим, як засікти в Сніжному о 13:30, на світлині, яку Ендрю Хаггард перевіряв на сайті корейської оборони, а також у першому відео, яке Еліот і його підписники перевірили разом та з якого й розпочалося це розслідування. Нарешті Міністерство внутрішніх справ України того ж дня опублікувало це ж відео (яке вони теж уже перевірили), розслідуючи збиття МН-17, ракетою яка не долетіла до Луганська. Було розміщено і фото пускового майданчика на полі, трохи на схід від села Червоний Жовтень, що на півдні від Сніжного, це місце уперше фігурувало на фото, яке опублікували в Twitter майже за три години після падіння МН-17, і його перевірили мало не першим¹⁸. Так всі пазли стали на місце.

17 Між Донецьком і Зугресом зробили невеликий об'їзд до південної околиці Макіївки, бо там був надземний міст — занадто низький, щоб проїхати, але до 2016 року про це не знали.

18 Для повнішого обговорення, див. «МН17: The Open Source Investigation Two Years Later», Bellingcat, 17 липня 2016 року.

Двадцять першого липня 2014 року, через кілька днів після того, як Міністерство внутрішніх справ України опублікувало відео, Міністерство оборони Росії скликало годинну прес-конференцію. Під час конференції презентували різні «докази», які буцім спростовували звинувачення в тому, що відео походило з Луганська, який контролювали сепаратисти. Їхнім основним твердженням було те, що українське відео з Луганська відзняли в Красноармійську — на території, яку контролює Україна. Гіггінсу та його колегам знадобилося небагато часу, щоб розвінчати цю теорію, використовуючи прості методи геолокації. Контрнарратив, який презентували на прес-конференції Міністерства оборони Росії сильно здивував Гіггінса, який «серфив» російськими соціальними мережами протягом останніх кількох днів — офіційний російський представник просто переспівував інтернет-чутки.

Гіггінс тоді ще не був на радарх Росії, але скоро ця ситуація зміниться. Двадцять восьмого липня 2014 року він виклав розслідування попередніх тижнів в одному пості у своєму блозі¹⁹. На його думку, він і кілька інших дослідників безапеляційно довели, що російський уряд безсоромно збрехав щодо того, звідки випущено ракету «Бук». Як Гіггінс, сміючись, сказав мені того дня: «Одна річ — говорити, що російський уряд бреше. Інша — ґрунтовно розкласти це у презентації PowerPoint». На їхню думку, Гіггінс і команда визначили маршрут «Бука» в Україні. Доведення того, що установка приїхала з Росії, яка, таким чином, однозначно відповідальна за трагедію, було вже справою зовсім іншого порядку.

19 «The Buk That Could: An Open Source Odyssey», Bellingcat, 28 липня 2014 року.

Гіггінс діяв за тим само принципом, що й Фара: у світі *Homo digitalis* кожен, хто має доступ до інтернету, може стати дійовою особою у війні. Гіггінс, одержимий онлайн-геймер, щодня витрачав години в пастках віртуального світу, якому віддавав перевагу перед досить нудною роботою, що мало цікавила когось із його рівнем інтелекту. І все ж саме ці атрибути зробили його таким успішним гравцем — багатогранною особистістю. Він відкрив для себе технології Web 2.0 (у цьому випадку мережевих рольових ігор), й це дало йому змогу піти далі за протестувальників Арабської весни або Фару. На відміну від них, Гіггінс не перебував на місці, у центрі конфлікту. Він сидів за екраном комп'ютера за тисячі кілометрів.

Соціальні медіа транслюють і посилюють опінії й, таким чином, також постачають дані. Гіггінс зрозумів, що соціальні медіа, якщо їх правильно використовувати, допоможуть інтерпретувати ці дані, а також розповсюджувати їх. Це інструмент, який можна використати, щоб осмислити нескінченні, хаотичні та заплутані через свій обсяг, потоки інформації, що походять з конфліктних зон. Подібно до того, як платформи соціальних медіа поширюють брехню, їх також можна використати для розвінчання — емпіричного та судового. Гіггінс використовував технології Web 2.0, через які поширювали дезінформацію, щоб дискредитувати її та встановити істину. А відтак це було неминуче, що він, зрештою, опинився в протистоянні з Російською державою.

Інтерпретатор 2: людина проти суперсили

Дощ знадвору, Café Negro ущільнюється. Він б'є по скляних вікнах кав'ярні, нагадуючи бурхливі оплески, а Гіггінс продовжує детально розповідати мені тонкощі відкритих розслідувань.

Він говорить швидко. Я намагаюся не відставати, мої пальці шугають клавіатурою макбука. Слава Богу, що мій диктофон записує. Бурління міркувань Гіггінса ніколи не зупиняється, і періодично він відхиляється на дотичних темах. Лондон хмарний і похмурий, та це не впливає на Гіггінсів бадьорий настрій. Я знову підводжу його до МН-17. Він робить паузу, щоб ковтнути кави, і відновлює оповідь.

Усе загалом уляглося звідтоді, як Гіггінс 28 липня 2014 року опублікував на Bellingcat деталізацію повного маршруту ракетного-зенітного комплексу «Бук» від вихідної точки в Донецьку до виїзду з Луганська вже без однієї ракети, після збиття МН-17¹. Він досі відстежував цю історію, але відколи глобально дала про себе знати Ісламська Держава, Гіггінс знову повернувся думками до Сирії. Його перша

1 «The Buk That Could: An Open Source Odyssey», Bellingcat, 28 липня 2014 року.

публікація, однак, привернула увагу офіційної Спільної слідчої групи (ССГ), яка розслідувала трагедію². У вересні британська поліція зв'язалася з ним від імені голландських колег, які хотіли взяти в нього інтерв'ю про всі розслідування Bellingcat. Гіггінс пішов до свого тамтешнього відділення поліції в місті Лестер, щоб зустрітися з офіцерами зі ССГ, які прилетіли спеціально для зустрічі з ним. Вони розпитували про кожну найменшу зачіпку цього розслідування.

Зустріч змусила Гіггінса задуматись. Якщо робота Bellingcat уже зацікавила ССГ, то чого ще можна досягнути, вклавши додаткові ресурси та час у це розслідування? Він вирішив зібрати команду виключно для розслідування щодо МН-17 із першочерговим завданням з'ясувати, звідки прибув «Бук». Хто, зрештою, відповідальний за трагедію? Гіггінс знав, що це складне завдання, для вирішення якого потрібні найліпші.

Іггі Останін втомився грати в Championship Manager. Йому це подобалося, проте його життя спливало в чорну діру нескінченних онлайн-ігор. То був серпень 2014 року, і він разом із братом мешкав у Нідерландах³. Останін — росіянин і перші дев'ять років життя провів у провінційному місті Іжевську, відомому лише як виробнича база АК-47. Потім деякий час сім'я переїжджала з місця на місце, перш ніж зрештою осіла у Великій Британії. Наприкінці 2013 року він вступив на юридичний факультет в Йоркський

2 ССГ — «група розслідування, яку створюють на певний строк на основі угоди між двома чи більше державами-членами ЄС і/або компетентними органами з певною метою. Країни, що не є членами ЄС, можуть брати участь у ССГ за згодою всіх інших сторін». «Спільні слідчі групи — ССГ», Europol, <https://www.europol.europa.eu/content/page/joint-investigation-teams-989>.

3 Розповідь Останіна взято зі скайп-інтерв'ю з автором 21 вересня 2016 року.

університет у Північній Англії, але навчання розпочиналося лише в жовтні наступного року. Маючи багато вільного часу, Іггі поїхав до Нідерландів, аби провести його з подругою Юлією (яка там навчалась) і братом, але, як виявилось, здебільшого, щоб грати в Championship Manager на комп'ютері. Він почав дратувати Юлію, годинами досліджуючи переваги та недоліки різних футболістів. Чесно кажучи, мовила вона, це межувало з одержимістю. «Займися чимось змістовним», — казала вона йому не раз.

Іггі знав, що Юлія мала рацію. І тому почав зосереджуватися на іншому. Як росіянин він уважно стежив за новинами з часу анексування Москвою українського Криму та наступних потрясінь на Сході України. Останін був не дуже активним користувачем Twitter, але читав про Гіггінса в Guardian і зацікавився роботою Bellingcat, хоча спершу й не надав цьому особливого значення.

Та коли збили МН-17, для Нідерландів це стало національною трагедією. Літак вилетів з Амстердама, голландцями була більшість із 283 пасажирів і 15 членів екіпажу. Країна була в жалобі. Іггі не мав чим зайнятися, перебуваючи в Голландії, де історія МН-17 була в усіх на слуху, і до того ж він має обсесивні схильності. Протистояти цьому тріумвірату обставин він був безсилий.

Останін почав ретельно стежити за російськомовними соціальними медіа, аби побачити, що він може розвідати про ситуацію в Україні, і згодом написав кілька матеріалів. Один із них він передав онлайн-журналові The Interpreter, який вів щоденний живий блог, присвячений висвітленню війни⁴. Пам'ятаючи про Гіггінса зі статті Guardian, інші свої матеріали він надіслав у Bellingcat. Іггі хотів залишитися анонімним, тому надіслав їх через поштовий сервер

4 Див. The Interpreter, www.interpretermag.com.

XMail. Гіггінс зацікавився та відписав, що потрібне ім'я автора. Останін назвався «Магнітській», на честь Сергея Магнітського, російського адвоката й аудитора, якого вбили 2009 року у слідчому ізоляторі в Росії, коли він збирався оприлюднити докази масової корупції.

До кінця серпня Гіггінс досі знав його лише як Магнітського. Проте, оскільки голландська преса продовжувала висвітлювати розслідування МН-17, Останін просто не міг викинути з голови фотографію 25 липня 2014 року в Paris Match, особливо залишки маркування та символів, які побачив на боці «Бука». Він вирішив спробувати знайти інші зображення цього «Бука» у вільному доступі. Протягом чотирьох днів Іггі майже не спав, інтенсивно експлуатуючи свою еспресо-машину та шукаючи будь-які відео, що могли завантажити на YouTube або Вконтакте, та фото в Instagram за хештегом #пво (протиповітряна оборона)⁵. Зрештою, він дещо знайшов: фото «Бука» в російському місті Старий Оскол, Белгородської області, 618 кілометрів на південь від Москви⁶. Людина, яка завантажила його, стверджувала, що «Бук» був частиною великої колони із 80–100 військових машин, у складі якої було кілька «Буків». Останін побачив дату, коли зроблено фотографію, — 23 червня 2014 року. Користувач також повідомляв, що всі транспортні засоби в колоні мають на номерних знаках код області 50 — інформація, яка згодом виконала дуже важливу роль.

На той час Останін не думав, що МН-17 збив саме цей «Бук». Старий Оскол далеко від українського кордону, а світлину зробили за місяць до трагедії. «Чорт забирай, — подумав

5 Відтоді vk це унеможливив.

6 Див. «Images Show the Buk That Downed Flight MH17, Inside Russia, Controlled by Russian Troops», Bellingcat, 8 вересня 2014 року.

він, — ритиму далі». Тепер він принаймні мав дату та місце точного розташування «Бука». Він припустив, що люди, можливо, завантажили інші знімки цього «Бука». Не знаючи, що таке «Бук», Іггі почав думати про будь-які пошукові терміни, що люди могли би використовувати, описуючи те, що було на фото: «колона», «військові транспортні засоби», а також загальний російський термін «військова техніка». Він звузив пошуковий запит відео та зображень до того часу та місця й незабаром знайшов відео колони у Вконтакте з місця під назвою Алексеєвка, датоване наступним днем, 24 червня 2014 року⁷. Це довге відео, близько одинадцяти хвилин, розмістив той, хто стояв біля супермаркету та зняв усю колону, що рухалася повз. І тоді Останін помітив: у колоні їхав «Бук» із маркуваннями, подібний до фотографій у Paris Match. Зокрема, на відео з Алексеєвки було чітке маркування «3x2», залишки якого можна було побачити на фото в Paris Match (стандартна практика підрозділів російської армії — зафарбувати маркування на транспортних засобах перед в'їздом в Україну). Іггі був приголомшений. Він переглядав відео знову і знову, щоб упевнитися. На жаль, відео було не надто чітким, щоби переконатися, треба було знайти більше відеозаписів.

Використовуючи програму Pixifly, яка дає змогу здійснювати пошук постів в Instagram за датою, часом і місцем розташування, він вирішив пройти у зворотному напрямку, переглядаючи найлогічніший, на його думку, маршрут між Старим Осколом та Алексеєвкою у певні дні⁸. Після

7 Див. https://vk.com/video135321380_169811617?list=03e8088fdb765b187.

8 Фотокартка має геолокацію тоді, коли це дозволено користувачем. Отже, якщо ваш телефон має відповідні налаштування, він вбудовуватиме координати в Instagram, що показуватиме приблизні координати того, де й коли зробили фотографію.

доби перегляду нескінченної кількості відео Останін відшукав відео колони на автомагістралі на в'їзді до Старого Оскола, яке зняли 23 червня 2014 року. Якість цього відео була значно вищою, тож Іггі вдалося зробити скріншоти кадрів із «Буком» і роздивитися його ближче, що він і зробив неодноразово⁹. Маркування збігалось. Тепер він не мав сумнівів: це той «Бук», яким збили літак МН-17.

Це було потенційно відкриттям міжнародного значення, і Останін схвильовано взявся до роботи, щоби відправити це Гіггінсові якомога швидше. Загалом він до цього часу зібрав близько шести відеороликів колони, зокрема одне на в'їзді в Алексеєвку 24 червня 2014 року¹⁰. Відео мали високе розширення, і, переглядаючи їх, Іггі склав список номерних знаків транспортних засобів, які зміг розгледіти, — всі вони містили номер 50. Іггі згадав пост, який першим знайшов в Instagram, де було зазначено, що всі транспортні засоби в колоні мали номерні знаки з номером 50. Останін прочесав інтернет, аби дізнатися, які підрозділи російської армії використовували цей номер на своїх номерних знаках і водночас мали «Буки». Він з'ясував у Wikipedia, що всі бригади Московського військового округу використовували номерний знак 50, а із сайту ryadovoy.ru — форуму військових ентузіастів, де обговорювали військову техніку, — і довідався, що тільки два московські підрозділи мали «Буки»: 5-та бригада з базою в Шуї та 53-тя бригада з базою в Курську¹¹. Йому вдалося виключити 5-ту бригаду, оскільки виявив, що її перемістили

9 Див. <https://drive.google.com/file/d/0B2QMAJOI8GameDB2X2R5dE FJaFE/view>.

10 Див. <https://www.youtube.com/watch?v=aLtzYEHolmg&feature=youtu.be&t=1m37s>.

11 Див. <https://web.archive.org/web/20140913210044/http://ryadovoy.ru/forum/index.php?topic=423.0;wap2>.

з Московського військового округу до Західного військового округу, з номерним кодом 43. Тепер Останін був певний, що довів належність «Бука», яким збили МН-17, 53-ї бригаді російської армії з базою в Курську. Підтвердженням цього став найперший відеоролик конвою, який виявив Останін, зроблений на околиці Курська¹². Гіггінс та інші погодились й опублікували висновки 8 вересня 2014 року¹³. На цьому все могло би закінчитися, але те, що відбувалось у Гіггінса, свідчило, що ще не кінець.

Тимчасом як Останін провів свій серпень у Нідерландах, узявшись до того, що стане його новою кар'єрою, у Великій Британії Гіггінс збирав команду, яка займатиметься розкриттям якомога ширшої інформації про трагедію МН-17. Толер уже довів свою ефективність, тому був очевидним вибором, Останін нещодавно довів те саме, тому теж був «у грі», а також кілька інших, що так само неодноразово продемонстрували розвинуті навички слідчого. Це була невелика група, у складі лише п'яти-шести осіб, але Гіггінс вважав, що цього достатньо. Тепер вони готові глибоко зануритись у трагедію МН-17.

Перше, що було потрібно, — централізувати весь процес. Усі члени команди мешкали в різних містах, країнах або й на інших континентах. Гіггінс вирішив використовувати застосунок під назвою Slack, який становлять чати (канали), що можна організувати за темами, а ще він допомагає спілкуватися між собою у приватних групах. У Slack можна створити окремі канали та обговорювати конкретні теми, як-от ракетні пускові установки або членів конкретної

12 Див. www.youtube.com/watch?v=5TIVzgj7884.

13 «Images Show the Buk That Downed Flight MH17, Inside Russia, Controlled by Russian Troops», Bellingcat, 8 вересня 2014 року.

бригади (тема, яка виявилася надважливою в ході розслідування). Гітгінсу також подобався Slack, бо він добре заточений під посилання: якщо запостити твіт, він буде відображений повністю, якщо запостити відео з YouTube, Slack вставить відео. Уся інформація опиняється під рукою.

Слідча група МН-17 засукала рукава з метою оприлюднення найповнішого звіту про МН-17 із досі опублікованих. Slack — місце, де вони закидали одне одного ідеями до пізньої ночі, обмінюючись порадами, а також розподіляючи завдання. Останін і Толер як російськомовні мали завдання прочісувати російські сайти соціальних мереж у пошуках будь-якої корисної інформації. Дослідження Останіна доводило, що «Бук» прибув із Курська з 53-ю бригадою, проте на той час вони не мали наочних доказів в'їзду колони на територію України. Настав початок жовтня, і Останін подався навчатись у Йоркському університеті. Тимчасом як його однокурсники напивалися на вечірках, він просиджував ночами в російських соціальних медіа, приходив на пари невиспаним і відчував, що робить щось значно важливіше.

Останін і Толер продовжували обшукувати простір російських соціальних медіа. Іггі прагнув дізнатися все, що тільки міг, про 53-ю бригаду, оскільки вважав, що тут можуть критися додаткові підтвердження того, що саме цей підрозділ переправив «Бук» в Україну. Перше, що він зробив, — перевіряв, чи має бригада групу Вконтакте. Має. Наступним кроком було відкривати кожен публічний профіль учасників групи та переглядати їхні дописи, щоб побачити, яку інформацію вони містили. В одному профілі солдат розмістив різні фото, зокрема транспортного засобу, номерний знак якого відповідав номерному знаку з відео 24 червня 2014 року.

Тим часом Толер робив те саме на подібному форумі з назвою «Мать Солдата». Завдяки призовній системі Росії та традиціям «дедовщини», російські батьки, дівчата та дружини завжди стурбовані тим, у який полк відправляють їхнього сина чи партнера. Які там умови служби? Чи жорстка «дедовщина»? Такі запитання часто розміщували на форумах, де схвильовані родичі шукали інформацію про армію Росії. Толер бачив користь від форуму з двох причини. По-перше, вісімнадцятирічні призовники, переважно рядові, охочіше повернулися б додому—грати у відеоігри чи гасати за дівчатами, тому питання безпеки обходило їх мало. Багато з них були простими дітьми з віддалених сіл і прагнули похвалитися, тож надсилали додому фотографії конвою, що прямував до України. Знімки, якими їхні мами, своєю чергою, з гордістю ділилися. Одна мама, яка отримувала світлини від сина з 53-ї бригади протягом усієї військової служби, хотіла до «дембеля» потішити його фотоальбомом на згадку про армію. Вона завантажила всі фотографії, які він зробив, прямуючи з «Буком» до українського кордону, в альбомі на форумі, показуючи іншим матерям, розповідаючи, який чудовий подарунок чекає на сина, коли він повернеться додому. Він був не єдиним, хто отримав подарунок. Для Толера це була золота жила.

До кінця жовтня 2014-го команда мала все: докази того, що «Бук» походив із Росії і в складі конвою 53-ї бригади рухався до українського кордону між 23 і 25 червня, пересування «Бука» на Сході України 17 липня та, нарешті, докази про інші транспортні засоби, які були в тому самому конвої, на виїзді з Луганська після збиття МН-17 17 липня 2014 року. Восьмого листопада 2014-го після кількох місяців роботи Толер і команда опублікували першу велику доповідь,

із детальним описом усіх висновків¹⁴. Скидалося на те, що вони зловили Росію на гарячому.

Коли Гіггінс і вільна команда його послідовників почали роботу над історією MH-17, українці взяли це на замітку. Сотні, якщо не тисячі, українських користувачів Twitter і Facebook почали поширювати та ретвітити їхні пости. Українські офіційні урядові Twitter-акаунти, сторінки НАТО й іноземні посли в Україні також почали ретвітити і перепощувати їхні знахідки. Президент Естонії Тоомас Ільвес був їхнім великим шанувальником. Для українців висновки Bellingcat стали потужною зброєю в їхній нара-тивній війні проти Росії. Проте лише після глибшого зану-рення у вересні та жовтні, коли команда Bellingcat вийшла за межі простого відстежування пересувань «Бука» тери-торією України, на позір довівши, що установка належала 53-й бригаді з Росії, це привернуло увагу російської влади.

Вони почали реагувати, спершу повільно та радше не-формально, використовуючи різноманітні засоби масової інформації, перш ніж посилити напади та підняти їх на офіційний рівень. Гіггінс давно звик до прокремлівських тролів-аматорів, які атакували його твіти щоразу, коли він писав про MH-17. «Тролі в мене з'явилися раніше за ді-тей!» — сказав він мені того дощового лондонського пообі-ддя. Проте через кілька місяців після публікації 8 листопада 2014-го його атакував канал Sputnik — офіційне російське медіа, засноване підконтрольним урядові інформаційним агентством «Россия Сегодня», яке неодноразово звинувачу-вали в тому, що воно є рупором Кремлівської пропаганди¹⁵.

14 «Origins of the Separatists' Buk: A Bellingcat Investigation», Bellingcat, 8 листопада 2014 року.

15 Див., скажімо, Elias Groll, «Kremlin's 'Sputnik' Newswire Is the BuzzFeed of Propaganda», Foreign Policy, 10 листопада 2014 року.

Sputnik заявляв, що Guardian мусили виправляти статтю, яку написав Гіггінс, «доморощений» цивільний журналіст». Так, буцім, сталося тому, що «інформаційне агентство Sputnik з'ясувало, що репортер сам скоординував дослідження, на якому ґрунтувалася ця історія»¹⁶. Після в статті натякалося на зв'язки Гіггінса та західних спецслужб — типова лінія нападу на всіх (найчастіше журналістів), чию інформацію розцінюють, як ворожу відносно офіційного нарративу Кремля. «Гіггінс є науковим співробітником британської організації з безпеки та розвідки CENTRIC, з базою в Шеффілдському університеті. Сайт CENTRIC хизується тим, що «організація має тісне співробітництво у сфері досліджень безпеки та долучається до спільної діяльності університету Шеффілд—Халлама та правоохоронних органів, а управляють нею представники силових структур і відомств Британської розвідки»», — йшлося в статті. За тим в статті вимагалось, щоб Гіггінс зізнався «прямо, чи мав він і його група Bellingcat будь-які зв'язки з Національним фондом на підтримку демократії, яка — і це загальновідомо — пов'язана з ЦРУ». Під завісу стаття скочується до відвертої теорії змови, зловісно зауважуючи, що «реєстраційні записи Companies House свідчать, що компанію Гіггінса Brown Moses Ltd., яка керує веб-сайтом Bellingcat, створили у грудні 2013 року за лічені місяці до київського перевороту в лютому 2014 року».

Тоді, звісно, долучилося Ростелевіденіє. У сюжеті під назвою «Офісний працівник обіцяє з'ясувати “істину” про MH-17 до офіційних висновків», який вийшов 8 жовтня 2015 року, репортерка РТ Анастасія Чуркіна, бездоганною англійською з американським акцентом, поставила

16 «Guardian Corrects Anti-Russian Story Based on ‘Research’ of Own Reporter», Sputnik News, 19 лютого 2015 року.

глядачам кілька запитань: що треба, аби формувати громадську думку, створити сенсацію щодо конфлікту в Україні, знайшовши відповіді та рішення, яких не дійшли навіть найгостріші політичні уми? Чи достатньо затишного дивана, ноутбука й інтернет-доступу до нескінченних повідомлень у соціальних мережах, аби скласти повну картину?¹⁷ Далі йшлося про те, як ще до оприлюднення результатів офіційного розслідування катастрофи свої висновки оприлюднив Гіггінс, 36-річний звільнений офісний працівник «без жодної причетності чи бодай найменшої військової підготовки»; він стверджував, що розв'язав головоломку. Потім ішлося про те, як «провідні медіа» всерйоз сприйняли висновки Bellingcat, але принаймні одне видання — німецька газета *Der Spiegel* — згодом мусила надрукувати офіційне вибачення. Потім *PT* направив репортера Німрода Камера підловити Гіггінса, який у цьому сюжеті ніби уникає репортера. Нарешті, подано цитати експертів, які критикують його методи й аналіз і вказують на зв'язки Гіггінса з Атлантичною радою, американським аналітичним центром, який частково фінансують американські й іноземні державні установи.

Коли я електронним листом звернувся до Гіггінса щодо цих закидів, він відповів, що «вони [*Der Spiegel*. — *Прим. ред.*] проаналізували нас, знайшли людей, які не згодні з нашими висновками, й опублікували це. Пізніше ті самі зображення проаналізували за допомогою професійного спеціалізованого програмного забезпечення, і виявилось, що ми від початку мали рацію. Проте це не заважає таким каналам, як *PT* і *Sputnik*, і далі посилатися на цю незгоду».

17 «Clerk Promises 'Truth' About MH17 Ahead of Official Report», *Russia Today*, 8 жовтня 2015 року, https://youtu.be/PR_bO48IBgs?list=PLPC0Udeof3T48YMaClFdtW16l_D6WDwRW.

Згодом він, на підтвердження своїх слів, дав мені посилання на сайті Arms Control Wonk¹⁸.

Щодо того, що в сюжеті скидалося на спробу Гігінса уникнути розмови з репортером *PT*, він відповів: «Він [Камер.—Прим. ред.] справді написав мені в Twitter, щоб домовитися про інтерв'ю, але я був занадто зайнятий, тому сказав, що можу зустрітися через кілька днів, тож коли він усе одно з'явився в Лестері, в моєму офісі (де мене однак не було), стало ясно, що він намагався повернути ту саму підставу, яку зробив SOHR [Сирійський центр моніторингу дотримання прав людини.—Прим. ред.] за тиждень до цього. Я не збирався грати з ними в цю гру».

Гігінс теж надіслав мені таблицю з 27 (здебільшого російськими) розгромними статтями проти нього та його роботи¹⁹. Очевидно, що він наступив на мозолі якихось великих цабе у Москві. Масштаб їхнього невдоволення проявився, коли прес-секретар МЗС Росії Марія Захарова 6 квітня 2016 року провела публічний брифінг у Москві. Під час брифінгу вона відкрито виступила проти Bellingcat у прес-релізі під назвою «Bellingcat як інструмент відведення уваги від розслідування трагедії малайзійського "Боїнга" над Україною»²⁰. Вона однозначно озвучила позицію Росії. «Ми розуміємо мету діяльності цієї групи,— сказала Захарова.— Діючи спільно з нинішньою українською владою, вони продовжують використовувати всі можливі "фейки", створюючи квазідокази, аби звинуватити Росію [щодо збиття МН-17.—Прим. ред.]».

18 Jeffrey Lewis, «MH17 Anniversary», Arms Control Wonk, 15 липня 2016, www.armscontrolwonk.com/archive/1201635/mh17-anniversary.

19 <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hp9QS1HA1cv9JeU-3WnZMctTsUZNBWwWdZattWLk9pg/edit#gid=0>.

20 «Беллингкэт» как инструмент отвлечения внимания от расследования трагедии с малайзийским «Боингом» над Украиной, Міністерство закордонних справ Російської Федерації, 6 квітня 2016 року.

У відповідь на звинувачення у використанні «фейків» у роботі Bellingcat Гіггінс написав до російських Міністерства закордонних справ і Міністерства оборони (які виступили з подібними звинуваченнями), запитуючи про докази шахрайства або підробки з боку Bellingcat²¹. Після певної полеміки МЗС відповіло досить саркастичним листом, що починався з такого: «Ваша наполегливість була би кориснішою, якби ви доклали більших зусиль до виконання вашої самопроголошеної ролі інтернет-детектива». Далі містилися «приклади фальшивок», про які просив Гіггінс²². Єдина проблема полягала в тому, що Гіггінс міг довести, що «приклади», наведені у відповіді Міністерства, були плагіатом із блогу LiveJournal Альберта Лекса, один із яких розмістили лише місяць тому. Існувало чотири основні закиди, які Гіггінс розвінчав один за одним у пості на Bellingcat під заголовком «Міністерство закордонних справ Росії публікує “свої” докази “фейків” у справі МН-17» від 22 квітня 2016 року²³.

Щодо плагіату, нахабство є очевидним. У листі Міністерство закордонних справ написало: «В качестве доказательств—десятки фотографий из социальных сетей, на которых изображены какие-то солдаты с размытыми лицами, боевая техника с плохо читаемыми бортовыми номерами, к тому же непонятно где находящаяся». (Як докази—десятки фотографій із соціальних мереж, із зображеннями якихось солдатів із розмитими обличчями, бойова техніка з бортовими номерами, які погано читаються, до того

21 «Response from the Russian Ministry of Foreign Affairs to Bellingcat Regarding Fakery Allegations», Bellingcat, 14 квітня 2016 року.

22 Департамент інформації та преси, Міністерство закордонних справ Російської Федерації, лист до Еліота Гіггінса, n.d., www.Bellingcat.com/wpcontent/uploads/2016/04/MFA_response_1_en.pdf.

23 «The Russian Ministry of Foreign Affairs Publishes ‘Their’ Evidence of МН17 Fakery», Bellingcat, 22 квітня 2016 року.

ж незрозуміло де перебувають».) Тим часом у блозі Альберта Лекса було написано: «В качестве доказательств — десятки фотографий из социальных сетей, на которых изображены какие-то солдаты с размытыми лицами, боевой техники с плохо читаемыми бортовыми номерами, к тому же непонятно где находящейся». Такий ступінь плагиату навіть не потребує перекладу: формулювання майже ідентичні. Як підкреслив Гіггінс у своєму блозі, «єдина відмінність між текстами полягає в тому, що лист МЗС використовував тире (подвійний дефіс перетворився на довше тире в MS Word), а в посланні Альберт Лекса використано дефіс»²⁴.

Недбала відповідь МЗС нагадала щось, що сказав мені Арік Толер: «У мене просто мозок закипає від того, які вони некомпетентні. Я не можу уявити, щоб Міністерство оборони або Державний департамент були на одну десяту такими само тупими, попри всі їхні численні недоліки»²⁵.

П'ятнадцятого липня 2016 року Bellingcat підготував свій найдетальніший на той час звіт про МН-17, під назвою «МН17—The Open Source Investigation, Two Years Later» («МН-17—Відкрите розслідування, два роки потому»). Він налічував сорок дві сторінки та з кримінологічною деталістичністю відображав висновки слідчої команди, які тепер охоплювали результати двох років роботи. У відповідь група російських блогерів, пов'язаних із державними інституціями Росії, називаючи себе «anti-Bellingcat», опублікувала доповідь, із метою спростувати основні висновки Bellingcat²⁶. Автори доповіді від початку висловили свої

24 «Russian Ministry of Foreign Affairs Plagiarizes LiveJournal Posts in MH17 Response», Bellingcat, 22 квітня 2016 року.

25 Скайп-інтерв'ю з Аріком Толером, 13 вересня 2016 року.

26 «The Falsification of Open Sources About MH17: Two Years Later», Сьогодні, www.segodnia.ru/sites/default/files/pdf/The%20Falsification%20of%20Open%20Sources%20About%20MH17.pdf.

погляди, заявивши, що «аналіз журналістського розслідування Bellingcat доводить, що від початку так звані незалежні експерти обирали та послідовно дотримувалися проукраїнської (проамериканської?) версії щодо того, що крах літака — провина ополченців»²⁷. Назвавши незалежну слідчу команду «так званими диванними дослідниками», автор доповіді плутано поринає в описи різновидів «Буків» і труднощі їх розрізнення. У звіті також наголошують, що їхні «опоненти» заявляли, що «Бук» на фото Paris Match був «укритий полотном, коли ракетна установка «Бук» очевидно вкрита камуфляжною сіткою». Доповідь є класичним прикладом російської дезінформації: її написано ламаною англійською, вона майже нестравна для сприйняття та ґрунтується на неправдивих доказах або відвертих вигадках, її мета, очевидно, полягала в тому, щоб заплутати розповідь і «перевести стрілки», у цьому випадку на Україну та/або США.

Найпримітнішим тут є не плагіат чи абсурдна доповідь анти-Bellingcat, а те, що російський уряд мусив публічно боротися з групою переважно неоплачуваних цивільних волонтерів (хоча після отримання фінансування від Google у грудні 2015 року Арік Толер і ще кілька осіб стали штатними оплачуваними членами команди) — така боротьба була би непотрібною та немислимою лише десять років тому. Силу *Homo digitalis* уже неможливо просто ігнорувати, навіть для уряду великої держави.

Для більшої частини світу питання про те, хто збив літак МН-17, було офіційно закрито 28 вересня 2016 року, коли ССГ, за два з лишком роки після трагедії, оприлюднила доповідь із висновком, що ракетна установка «Бук», з якої збили літак МН-17, приїхала з російської території на

27 Там само

прохання сепаратистів, підтримуваних Росією, і повернулася в Росію тієї самої ночі. У доповіді використали записи мобільних телефонів, свідчення очевидців і, що дуже важливо, контент, розміщений у соціальних медіа, що теж був об'єктом їхнього розслідування²⁸. Робота Гіггінса та записи послідовних інтерв'ю, які він надав команді ССГ, — налічували від десяти до дванадцяти годин. У них Гіггінс крок за кроком пройшовся з командою всіма висновками, які зробила група, а також дослідив джерела, які група використовувала, — усе це було наведено в звіті. Відкрите розслідування визнали одним із найбільших і найважливіших міжнародних досліджень ХХІ століття. У день публікації висновків Гіггінс запостив на Facebook: «Щойно мене обсіли медіа»²⁹. Під дописом — дві фотографії в оточенні хмари мікрофонів, відеокамер та юрма репортерів, які намагалися отримати його коментар щодо звіту. Подібно до Фари Бейкер, молодой дівчини з Палестини, колишній працівник компанії з виготовлення жіночої спідньої білизни тепер став зіркою.

Можливо, з Еліотом Гіггінсом найскладніше визначитися, ким насправді він є. Як він сказав мені: «Я один із дуже небагатьох людей, які цим займаються. Я наче бджолина матка відкритих розслідувань. Усі ми вільні розвідники, жменька людей: ви могли би, певно, зібрати нас усіх в один мініавтобус, спустити зі скелі та відкотити весь процес на двадцять п'ять років назад! Через двадцять-тридцять років я хочу, щоб цим займалися тисячі людей, я — провісник легіону». Коли я попросив Гіггінса означити себе, він

28 Somini Sengupta and Andrew E. Kramer, «Dutch Inquiry Links Russia to 298 Deaths in Explosion of Jetliner over Ukraine», *New York Times*, 28 вересня 2016 року.

29 <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10154441448564627&set=pcb.10154441448604627&type=3&theater>.

обрав слово «дослідник», проте, здається, цього недостатньо. Елемент зіставлення (детективної роботи), що веде до висновків, які можуть впливати як на кримінальні розслідування, так і на політичну діяльність державних органів, виводить його за межі суто дослідництва. Водночас його не можна назвати достоту детективом, принаймні офіційним. Він не має повноважень заарештувати чи затримати, лише оприлюднювати свої висновки та сподіватися, що медіа та політики забажають поширювати інформацію в широкий світ. Його вплив поширюється виключно на дискурсивний рівень війни.

Однак не можна заперечувати, що діяльність Гігінса добряче впливає на військову розвідку. За словами Гігінса, він має друга в Держдепартаменті США, який розказував йому, що кожного ранку вся розвідувальна служба США переглядає його блог. Ба більше, додав Гігінс, його сприймають як взірець для наслідування: «Один хлопець сказав мені, що старші розвідники в США використовують мій блог, аби запитувати своїх підлеглих: «Чому ви не робите те, що цей хлопець робить безкоштовно у своєму блозі? У нас є величезний бюджет — як ви можете виправдати його, коли навіть не можете відтворити те, що робить він?»

Це, певно, дещо перебільшено; звісно, Гігінс пишається своєю роботою та, не соромлячись, вказує на свої успіхи. Проте це натякає на глибшу істину, яку продемонстрували всі: від Анни Сандалової та Фари Бейкер до Еліота Гігінса: фрілансери, об'єднані соціальними медіа, здатні формувати мережі, які можуть швидше й ефективніше реагувати на події у воєнний час, аніж роздуті державні бюрократії з нескінченними командними ланцюжками та численними конкуруючими програмами. Саме з цим Аліза Ландес боролася під час свого перебування у складі прес-служби

АОІ, і відсутність саме цих перешкод допомогла Гіггінсові випередити всіх.

Військовий історик Лоуренс Фридман, заслужений професор військових досліджень у лондонському King's College (де Гіггінс теж читає лекції), підсумував це явище. «Зрештою, інформаційні кампанії соціальних медіа мають працювати з реаліями, що відбуваються на місцях, — сказав він мені. — Російська інформаційна кампанія є, відповідно, цілковитим провалом. Найефективніше в соціальних медіа діють контрпропагандисти, як-от Еліот Гіггінс. Тут постає проблема наказів і контролю “згори”. Люди вважають, що існує єдиний мозковий центр, який керує [інформаційними війнами Росії]. Насправді, різні люди відповідальні за різні шматки, і це перетворюється на бардак... Надто складно контролювати інформацію в соціальних медіа. Одна з переваг Заходу в усьому цьому, це відсутність єдиного мозкового центру, натомість багато вільних людей насправді ефективніші за неповоротку руку держави»³⁰.

Назвати інформаційну війну Росії цілковитим провалом — теж перебільшення. Її головна мета, як зазначалося, здебільшого не переконати, а радше спантеличити, а у випадку Східної України навіть переінакшити дійсність. Проте думка Фридмана лишається слушною. Коли я запитав Гіггінса, чому він здатний доводити факти на місцях у воєнний час швидше й переконливіше за урядові установи, він, не замислюючись, відповів: «Спецслужби досі сидять на джихадських форумах, чекаючи, коли хтось оголосить наступне 11 вересня, а всі джихадисти давно постануть селфі в Instagram»³¹. Його відповідь, може, й була

30 Інтерв'ю автора із сером Лоренсом Фридманом, 17 листопада 2014 року.

31 Це була цитата, яку він згодом використовуватиме в газетних інтерв'ю.

голослівною, але знову резюмувала перехід влади від офіційних інституцій до рук окремих осіб і до людських мереж, які соціальні медіа сформували і втягнули у війну. Осібні індивіди реагують на зміни значно легше за інституції з причин як культурних, так і технологічних. Більшість основних урядових інституцій на Заході ще й досі становлять переважно — принаймні на вищому рівні — білі чоловіки середнього віку далекі від нових медій і від того, як загалом змінився Захід від початку століття — соціально та культурно. Вони правлять у світі ХХІ як чиновники століття ХХ, — і це дається взнаки.

Простіше кажучи: установи ХХ століття адаптуються повільніше за людей століття ХХІ. Під час нашого інтерв'ю Гіггінс розповідав повчальну бувальщину: 20 липня 2014 року, буквально через кілька днів після збиття МН-17, держсекретар США Джон Керрі публічно заявив, що всі докази щодо збиття свідчать про відповідальність проросійських сепаратистів на Сході України. «Ми знаємо, бо, зіставивши кадри супутникової зйомки на момент збиття літака, виявили запуск ракети з цього району, — сказав він. — Траєкторія вказує, що ракету скерували на літак»³². Керрі стверджував, що бачив знімок із місця запуску та що його оприлюднять. Преса дуже на це очікувала. Зображення, як і обіцяли, розмістили на різних сайтах посольства США, але результат став цілковитим розчаруванням³³.

Журналісти чекали на фотографію, а знімок виявився складеним супутниковим зображенням низької якості, нібито з місця запуску. Це, за словами Гіггінса, було «сміття».

32 Dominic Rushe and Shaun Walker, «MH17 Crash: Kerry Lays Out Evidence of Pro-Russia Separatists' Responsibility», *Guardian*, 20 липня 2014 року.

33 Див., скажімо, «United States Assessment of the Downing of Flight MH17 and Its Aftermath», Посольство США у Грузії, 19 липня 2014 року.

Якщо воно щось і спричинило, то лише додаткову плутанину, а не ясність. «Білий дім публікує щось, і воно виявляється аж таке сміховинне, — це було соромно, — сказав мені Гігінс. — Влада просто не встигає за соціальними медіа, але дедалі більше цікавиться ними. ЦРУ заявило, що збирається інтенсивніше використовувати соціальні медіа та відкриту інформацію й інтегрувати її з іншими розвіданими, саме це вони і мають робити. Проте я роблю це протягом останніх двох років, чому ж вони тільки зараз дійшли до цього? Вони пасуть задніх, бо мають дуже консервативну культуру».

На відміну від Білого дому, Гігінс швидко засвоїв інший цінний урок, який Пітер Лернер, Даніель Рубенштейн і Аліза Ландес давно зрозуміли, коли справа доходила до того, щоб донести аудиторії матеріали АОІ: нині війна — предмет широкого споживання. Якщо хочете, щоб люди переходили на ваші твіти чи пости, то маєте зробити їх привабливими. Переконайтеся, що ваша аудиторія, ваші споживачі, так би мовити, не прогортають повз ваш лінк у світі скороченої тривалості уваги та дофамінових влучань лайків і ретвітів. Гігінса це не тішило, проте вибору він не мав. Він почав наслідувати стиль оформлення статей американського веб-сайту BuzzFeed, використовуючи питання як основний заголовок. Це спрацювало — кількість відвідувачів сайту Bellingcat подвоїлася. Якби він також використовував зображення, це збільшило б кількість відвідувачів іще вдвічі. Лернер добре розумів, що зображення в соціальних мережах — це ключ до всього. Гігінс сказав мені дещо зневірено: «Я вже змирився з тим, що байдуже, якісні ваші дослідження або дані чи ні, якщо ви не поставите питання в назву і не додасте гарненької картинки, — ніхто й не гляне. Ви маєте подати матеріал

так, аби хтось, маючи дві секунди на роздуми, таки вирішив відкрити це посилання. Тому ми пишемо звіти. Якщо ми робимо пост у блозі, усім байдуже, але якщо готуємо звіт, це дає медіа щось істотне, аби на основі цього написати статтю. Якщо ви хочете прикинутися лікарем, почніть носити білий халат — і вам повірять усі. Перенесіть свої висновки в PDF-файл і —вуаля—маєте звіт, тому вам довіряють. Більшість людей не напружуватимуться читати сам звіт, але можуть перейти на Guardian і проглянути короткий конспект. Я сумніваюся, що понад 5% людей, які читали про наш звіт у пресі, насправді читали сам звіт. Проте ті, хто формує думку, — читають, і саме вони є важливими».

Якщо ті, хто формує думку, читають роботу Гігінса, — а вони це роблять, — перед нами постає питання неупередженості. Це війна, і є супротивники. Чи Гігінс неупереджений, як він стверджує, чи його висновки хиляться до певної позиції? «Не хочу, щоб вважали, нібито я на чіємсь боці, — сказав він мені. — Я — за права людини і проти того, щоб людей вбивали. Якби моє дослідження показало, що Україна розстріляла МН-17, я опублікував би й такі висновки, це мене не обходило б». Гігінс вважає себе неупередженим, у цьому я не сумніваюся, як і у твердженні, що, якби дослідження доводило, що збили МН-17 українці, він його опублікував би. Ретельний аналіз його роботи підтверджує її достовірність і доведеність великою кількістю доказів. Проте приймає він це чи ні — сторону він обрав. Його зв'язок із Атлантичною радою наштвхує на думку, що він поділяє певний політичний світогляд. Це не означає, що світогляд хибний. Гігінс опиняється на боці проти Росії з простої причини, що росіяни в Україні діяли так, що це заслуговувало осуду, а Гігінс — і Атлантична

рада — справедливо їм на це вказали. Гіггінс, безумовно, є дійовою особою у війні, і він зробив вибір.

Наше інтерв'ю завершується. Гіггінс допиває другу чашку кави. Мій диктофон показує, що під час цієї зустрічі ми говорили дві годин. Небо затягнуло, і дощ стихився до мжички. Я оплачую рахунок, і ми йдемо. Гіггінс скоро їхатиме з країни. Робота змінила його життя. Зараз він позаштатний науковий співробітник відділу військових досліджень в King's College у Лондоні, позаштатний науковий співробітник Центру прав людини в школі права Берклі, а також позаштатний старший науковий співробітник Лабораторії цифрової судової експертизи Атлантичної ради (DFRLab). Він також член Консультативної ради з питань технологій Міжнародного кримінального суду.

Надворі холодно, Гіггінс поправляє светр. На початку, каже Гіггінс, сім'я скептично ставилася до його роботи. Тепер скаржиться, що Еліот увесь час подорожує і рідні ніколи його не бачать. «Щоразу, коли дружина жаліється, що їй бракує мене вдома, я кажу їй: “Треба було просто дати мені грати у World of Warcraft”». Посміхаючись, він розчиняється в лондонській мряці. Я спостерігаю, як він віддаляється, стає лишень анонімною постаттю в мільйонному місті.

Еліот Гіггінс у масштабах світової військової розвідки став серйозним гравцем, здатним впливати на всіх: від ССГ до МЗС і Міноборони Росії. Тепер він також консультує різні робочі групи урядів США, НАТО, Латвії, України, Великої Британії та Голландії. Однак його реальна сила полягає не так у ролі, яку він виконує у війні, як у місці, яке посідає в новому медійному середовищі, хоча війна і є невід'ємним і неунікним елементом його реноме, без війни Еліота Гіггінса не було б. Нові інформаційні технології створили

нові способи поширення інформації, які, як ми бачили, зруйнували традиційні форми новинарства. Феномен Гіггінса був би неможливим без інформації, яку він збирає з постів у соціальних мережах і твітів, а також із відео, яке завантажують люди в зонах військових дій. Гіггінс був би неможливим без таких людей, як Фара.

Від Лівії та Сирії й до України Гіггінс покладався на інформацію, яку надали ті, хто перебував на місцях. Від традиційних журналістів чи дослідників його відрізняє те, як він використовував цю інформацію. У статті з назвою «Start Making Sense: A Three Tier Approach to Citizen Journalism»³⁴) науковець Метт Сенкевич зачіпає питання про досі традиційну, дворівневу структуру новин у нашу цифрову добу³⁵. Перший рівень становить контент авторів-аматорів, які «викривають нові істини через онлайн-технології». Другий рівень — традиційні медіа, як-от New York Times і Wall Street Journal, які зараз часто спираються на роботу авторів першого рівня, готуючи свої публікації. Те, що Сенкевич визначає і до чого закликає в цій статті, — це третій, проміжний рівень, ще не повністю зрозумілий, але новітній і вкрай потрібний для правильного поширення новин. Він називає цей рівень «рівнем інтерпретатора». За його словами: «Журналісти, які й формують цей середній рівень, не лише інтерпретують і перевіряють потенційно важливий зміст новинного контенту, який створюють громадяни, вони також спостерігають за наративами протягом тривалого часу, стежачи за розвитком подій, навіть коли основні медіа тимчасово не зацікавлені в них»³⁶.

34 «Докопуйся до змісту: трирівневий підхід до громадської журналістики». — Прим. перекл.

35 Matt Sienkiewicz, «Start Making Sense: A Three Tier Approach to Citizen Journalism», *Media, Culture and Society* 36, 5 (2014): 691–701.

36 Там само.

Сенкевич продовжує:

Цей рівень інтерпретатора, позаяк він перебуває у сфері громадянської журналістики, яка досі лише зароджується, можна визначити за допомогою трьох характеристик: (1) члени мають багато контактів і серед традиційних журналістів, і серед громадян, які задіяні у створенні та завантаженні аматорського контенту, з акцентом на другій групі контактів; (2) члени довгостроково зосереджуються на конкретному регіоні або історії, слідкуючи за ними, навіть коли основні медіа припиняють їх висвітлювати; і (3) робота членів ґрунтується на активній співпраці через орієнтовані на користувача онлайн-інструменти, як-от інтерактивні вікі-мапи, форуми «відкритих новин» і популярні соціальні медіа-платформи, як-от Twitter і Facebook.

Вищесказане може бути точним описом Еліота Гігінса та його команди, яка працювала над розслідуванням збитого МН-17. У статті, що ставить під сумнів «возвеличувальний наратив», явище, яке виникло під час Зеленої революції 2009 року та Арабської весни 2011 року, Сенкевич дійсно цитує Гігінса. Цей наратив стверджує, що контент, який зафіксував простий громадянин на місці події, тепер «увійшов у мейнстрим», тож аматори на місцях нині постають необроблені дані (відео, твіти чи пости), які професіональні журналісти зі своїми навичками перетворюють на докладні новини.

Правда, як показує Гігінс, сильно відрізняється. У нього є навички та можливості, яких не мають традиційні журналісти, у край потрібні, не лише тому, що підробки стали звичною справою, а й тому, що величезний обсяг інформації з конфліктних зон треба перевіряти

новими способами—його слід «інтерпретувати». Гіггінс використав можливість інтерпретувати нові медіа-дані, що з'являються з гарячих точок, щоб їх підтвердити або спростувати. Фара оприлюднила реальні матеріали, проте не була неупередженою: вона палестинка, а Палестина зазнала атаки Ізраїлю, тож дівчина не можна стверджувати точно (найімовірніше, вона навіть не знала), чи ХАМАС використовував її як людський щит чи ні. Так само, якби солдати АОІ врятували палестинську дитину, вона навряд чи затвітила би про це. Протягом кар'єри Гіггінс, безперечно, дотримувався тенденції висвітлювати речі, несприятливі для однієї сторони, проте він повідомляв правду, підкріплена судовим аналізом і оприлюдненням своїх методів. При цьому він зміг—принаймні на дискурсивному рівні—вплинути на перебіг конфлікту в абсолютно новий спосіб. Війна вже ніколи не буде такою, як раніше.

Рекрут: друзі близько, але вороги ще ближче

Я сиджу у бістро в тіні Версальського палацу, до якого в 1682 році король-сонце Людовик XIV переніс королівський двір з центру Парижа, зробивши це раніше незначне місто на околиці столиці визначальним символом французької абсолютистської пишності. Палац вимальовується на задньому плані і якимось чудом він одночасно зроблений зі смаком, але якось абсурдно величний: будівля якраз до пари найвідомішому і найпоказнішому королю Франції. Я чекаю на Софі Касікі, тридцятичотирирічну французенку, родом з Сенегалу, яка прийде розповісти мені свою історію. Я пригублюю спрайт і їм стейк з картоплею фрі. Вона запізнюється на двадцять хвилин, бо була змушена дочекатись няню. Софі чарівна, чітко висловлюється, розмовляє тихо, жестикулює охайними руками з бездоганно відполірованими нігтями. На ній бежевий топ і вільно накинутий чорний шарф. Її темну шкіру відтіняє чорне волосся, заплетене в акуратні короткі коси, у крилі носу виблискує крихітний срібний пірсинг. Вона починає говорити.¹

1 Софі Касікі — псевдонім, який використовується через страх перед репресіями Ісламської держави. Інші особисті дані, як країна

Будь-яка військова організація— від державної армії до повстанської групи або навіть терористичного осередку— повинна набирати членів. За відсутності призову, державні війська та недержавні формування мають переконати новобранців приєднатися. Традиційно держави використовували з цією метою кілька сталих наративів. У мирний час вербування, як правило, здійснюється через позиціонування залучення як варіанту кар'єри, акцентуються можливості освіти, пригод і подорожей. Після закінчення Другої світової війни з закінченням військового призову, 55 відсотків усіх плакатів американських вербувальників обігрували ці теми, намагаючись переконати американців, що стати військовим— це хороший кар'єрний вибір.² Але, мабуть, найуніверсальніший наратив, особливо під час збройного конфлікту—це патріотизм: необхідність захищати свою країну. Наприклад, у Першій світовій війні 42% всіх плакатів армії США використовували патріотизм, як свій лейтмотив.³

Для недержавних суб'єктів наративи настільки ж важливі, якщо й не більше. Не маючи військових засобів держав, такі суб'єкти часто змушені боротися нетрадиційними методами (часто проти цивільних цілей), які ми класифікуємо як «тероризм». Наративи, які подібні групи проповідують, повинні бути особливо потужними, щоб виправдати і такі дії і те, що завербовані стануть «терористами», злочинцями, на яких фактично полюватимуть. Такі групи як Ірландська республіканська армія (ІРА) і ХАМАС покладаються на

походження, також були замінені. Її розповідь з цього розділу взята з інтерв'ю з автором у Версалі, Франція, 7 грудня 2016 року. Касікі також написала книгу про свій досвід «Dans la nuit de Daech», <https://www.amazon.fr/Dans-nuit-Daech-Sophie-kASiKI/dp/222119098X>.

2 Peter A. Padilla and Mary Riege Laner, «Trends in Military Influences on Army Recruitment: 1915–1953», Соціологічне дослідження 71, номер: 4 (2001): 433.

3 Ibid., 423.

наративи, орієнтовані на опір і необхідність «звільнення» землі. Іноді ці розповіді ґрунтуються на істині, а недержавні угруповання прагнуть боротися з справжнім гнобленням, як Африканський національний конгрес (АНК) у випадку боротьби проти південноафриканського апартеїду в другій половині ХХ століття (хоча його насильницьке крило безсумнівно вчиняло терористичні акти).

Пропаганда, визначена як «інформація, особливо упередженого або оманливого характеру, яка використовується для просування політичних цілей або поглядів» — є різновидом наративу.⁴ Він має явно негативні конотації і що саме називають пропагандою, завжди є суб'єктивним. Наративи усіх державних та недержавних формацій, їхні вороги, завжди розцінюють, як пропаганду. Іноді межі розмиваються. Будь-який солдат коаліції, якого зараховано на військову службу напередодні війни в Іраку 2003 року, щоб допомогти очистити Ірак від зброї масового знищення (ЗМЗ), якої не існувало, був, можливо, жертвою пропаганди, навіть якщо вона ґрунтувалась вірогідніше на помилці, ніж на умисній омані. Найважливішим елементом успішної пропаганди є те, що вона містить бодай елемент істини, хоч який малий. Саддам Хусейн, можливо, не мав ЗМЗ, але він був диктатором-варваром і загрозою для регіональної стабільності. Гітлер був психічно неврівноваженим нацистом, але його аргументи, що з Німеччиною погано повелися після Першої світової війни були правдивими. В Україні є фашисти, навіть якщо їхня кількість крихітна.

Якщо не найбільший, то безумовно найскладніший і найшвидший механізм вербування та пропагандистської кампанії після Другої світової війни відбувся з виникненням

4 Google визначення слова «пропаганда», www.google.gr/?gfe_rd=cr&ei=IWFkWOzjJNTc8AfomLSQBQ#q=propaganda+defiition.

Ісламської держави. На своєму піку, протягом другої половини 2014 і 2015 року група поступово окупувала території Іраку і Сирії загальним розміром як Великобританія. З метою відновлення Ісламського Халіфату (ісламського регіону, підпорядкованого суворому законом шариату, яким керує халіф—релігійний діяч, неодмінно нащадок пророка Мухаммеда), Ісламська держава потребувала не тільки солдатів, а й цивільних осіб, які мали б виконувати різноманітні функції в межах своєї «держави».

Вербування угруповання спирається на використання нових медіа, особливо соціальних мереж. За словами Абдель Барі Атвана автора «Islamic State: The Digital Caliphate⁵», «без цифрових технологій малоймовірно, що Ісламська держава взагалі виникла б, вже не кажучи про те, щоб вижити і розширюватись». ⁶ Далі, продовжує він: «від вербування та пропаганди до координації одночасних бойових дій на кількох дуже віддалених фронтах і для закріплення зв'язків з групами однодумців, ІДІЛ використовував Інтернет та цифрові комунікації з великою майстерністю та винахідливістю, грамотно відбиваючи загрози глобальних розвідувальних органів і військових опонентів».⁷

Щоб зрозуміти, як Ісламська держава досягнула настільки швидкого успіху, необхідно розуміти історію угруповання, а також наскільки засадничою є роль еволюції інформаційних технологій, особливо соціальних мереж. На ідеологічному рівні першовідкривачем унікальних особливостей Ісламської держави був Абу Мусаб аль-Заркаві, йорданець, який пішов на війну в Іраку після вторгнення 2003 року, а врешті присягнув на вірність Осамі бен Ладену,

5 «Ісламська держава: Цифровий халіфат»

6 Abdel Bari Atwan, «Islamic State: The Digital Caliphate» (Окланд: University of California Press, 2015), 9.

7 Ibid.

а в 2004 році сформував іракське крило терористичної групи Аль-Каїда. Заркаві виявляв риси, які тепер властиві Ісламській Державі в цілому. Він був шоуменом, був зацікавлений в есхатологічному матеріалі і мав палку антипатію до шіїтської гілки ісламу та її прихильників. Але перш за все, він розумів необхідність використання пропаганди для формування конфлікту і навіть самого поля бою.

Аль-Каїда завжди була технологічно просунутою, а під проводом Заркаві вона стала ще більш підкутою. За словами Барі Атвана група була першою великою мережею джихадистів, що усвідомлювала потенціал Інтернету, спочатку використовуючи його для таємного розподілу планів і розповсюдження ідеологічних трактів. Коли як таліби трошили телевізори в 1990-х, Аль-Каїда використовувала електронні розсилки для розповсюдження інформації та зашифрованих повідомлень, щоб організувати великі атаки, зокрема бомбардування посольств в Найробі та Дар-ес-Саламі 1998 року. До 2000 року група створила свій перший веб-сайт.⁸

Потім з'явилася усвідомлення того, що Інтернет має багато більше значення для публічної діяльності. Тепер Аль-Каїда могла позбутися необхідності покладатися на традиційні медіа для трансляції нечітких відеозаписів виступів Осамі бен Ладена до створення власної служби новин в Інтернеті — *Voice of the Caliphate*, що вони і зробила 2005 року.⁹ Але саме Заркаві підняв джихадистську пропаганду на справді новий рівень. 9 липня 2005 року Айман аль-Завахірі, тодішній старшина Аль-Каїди (а тепер її лідер) надіслав Заркаві лист, який застерігав його проти надмірної жорстокості нападів. «Кажу тобі, — писав Завахірі, — ми ведемо війну, і більшість цієї війни

8 Ibid., 2.

9 Ibid.

розгортається в медійному полі».¹⁰ Заркаві прислухався до цієї поради, хоч і не так, як сподівався його джихадистський товариш. Продовжуючи боротьбу як з коаліційними силами, так і з шиїтським населенням Іраку, він зрозумів необхідність транслювати кожен успіх ІДІЛу—і цю можливість йому значною мірою забезпечила поява того, що того ж року стало однією з найпопулярніших платформ соціальних медіа—YouTube. Як зауважує Барі Атван:

[Він]започаткував тактику запису кожного успішного нападу на позиції коаліції в Іраку на цифрове відео, доповнюваного криками «Аллах Акбар» («Бог великий») і саундтреками з доволі красивих, хвилюючих нашидів. (Це ісламські гімни спеціально укладені з метою похвали, поклоніння або молитви і зазвичай звертаються до божества або до видатного діяча). YouTube ... надав ідеальний майданчик для цих відеороликів, а також «заповітів» терористів-смертників, які можна було завантажити анонімно.¹¹

Хаос повоєнного Іраку сприяв процвітанню джихадизму, зростаюче розуміння нових медіа дозволило джихадистам примножити свої успіхи. Барі Атван вказує на приклад Анвара аль-Авлакі, народженого в США молодого видатного сановника Аль-Каїди на Аравійському півострові (АКАП). Аль-Авлакі вперше застосував платформи соціальних мереж, створивши власний блог, Facebook сторінку і Youtube канал, щоб поширювати джихадські матеріали задля популяризації і вербування, заробивши прізвисько «Бен Ладен Інтернету».¹²

10 «Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi», 9 липня 2005 року, GlobalSecurity.org, www.globalsecurity.org/security/library/report/2005/zawahiri-zarqawi-letter_9jul2005.htm.

11 Bari Atwan, Islamic State, 2–3.

12 Ibid., 3.

Ефективність соціальних медіа Ісламської держави побудована на зусиллях старших джихадистських груп, але вона удосконалила і відпрацювала їхні методики, довівши до успіху, що не має аналогів в історії сучасних терористичних угруповань. Критично важливим для цього досягнення була війна в Сирії, яку Альберто Фернандес, колишній координатор Центру стратегічної контртерористичної комунікацій (CSCC) Державного департаменту США — органу, що відповідає за протидію пропаганді Ісламської держави — описав мені як «першу війну соціальних медіа».¹³ Ісламська Держава стала такою, якою вона є сьогодні у 2013 році, коли Ісламська держава Іраку (ІДІ), створена 2006 року, стала транснаціональною через контакт із війною в Сирії і повністю опанувала використання соціальних медіа, особливо Твіттер. Терористичні групи, як ХАМАС і Джамаат Аш-Шабааб (сомалійська джихадистська група, об'єднана з Аль-Каїдою), раніше використовували цю платформу, але не у певний системний спосіб. Внаслідок надзвичайної небезпеки, коли традиційні медіа були ледве в змозі висвітлювати сирійську війну на місцях, соціальні медіа стали основним способом для учасників конфлікту поширювати свої послання на широку аудиторію різними мовами.

Ісламську державу, якою ми її знаємо сьогодні, сформувала нечестива трійця: досвід Іраку, на якому постала ІДІ, контакт угруповання з Сирією та подальше опанування Твіттеру, та використання іноземних мов зробило групу глобальною терористичною організацією, якої ще не бачив сучасний світ.

8 квітня 2013 року лідер Ісламської держави Іраку Абу Бакр аль-Багдаді оголосив у звуковій заяві, що він об'єднує

13 Скайп-інтерв'ю автора з Альбертом Фернандесом, 28 березня 2016 року.

ІДІ з Джабгат ан-Нусрою (сирійським відгалуженням Аль-Каїди), щоб створити Ісламську Державу Іраку та Сирії (ІДІС, або те, що тут називають Ісламською державою). Лише через рік Ісламська держава постала як дійсність, після захоплення Мосула, другого за величиною міста Іраку. Утримуючи контроль над Мосулом, 30 червня 2014 року Багдаді проголосив офіційне встановлення Халіфату.¹⁴ Відтоді пропаганда Ісламської держави різко активізувалась. Соціальні медіа було обрано основною платформою, і група почала випускати матеріали спрямовані на залучення людей з усього світу до новоствореної «держави». Почали з'являтися твіти, меми, відео та тексти мовами від англійської, французької та німецької до азербайджанської, курдської, почала з'являтися і російська.¹⁵

Вони спричинили майже негайний вплив. Як розповів мені Барі Атван, «Ісламській Державі лише два роки. Багато людей у всьому світі знають про неї через Інтернет. Якби вона виникла тридцять років тому, їм знадобилося б двадцять років, щоб досягти чверті тієї аудиторії, яку вони мають. Вони використовують новітній західний винахід—Інтернет—щоб вербувати усіх: від експертів в галузі ІТ, бійців із західного і мусульманського світу до випускників топових західних університетів, виборюючи місце на медійній, політичній та військовій світових картах».¹⁶ Здатність Ісламської держави вербувати через соціальні медіа є вражаючою. Підраховано, що до кінця 2016 року групі вдалося переконати щонайменше тридцять тисяч іноземних бійців з близько ста країн вирушити в Сирію

14 «Sunni Rebels Declare New "Islamic Caliphate"», Al Jazeera, 30 червня 2014 року.

15 Скайп-інтерв'ю автора з Альбертом Фернандесом, 28 березня 2016 року.

16 Скайп-інтерв'ю автора з Абделем Барі Атваном, 15 березня 2016 року.

та Ірак.¹⁷ Дивовижно, що більше іноземних бійців відправилися в Сирію, аби приєднатися до Ісламської держави, ніж пішли боротися в Ірак, коли вторглися американські війська або в Афганістан протягом десятилітньої радянсько-афганської війни. Це просто неможливо пояснити без вербування через соціальних медіа.¹⁸ У старих джихадистських угрупованнях, як Аль-Каїда, використовували технології для поширення офіційної інформації. Але в Ісламській державі була армія мережево просунутих осіб, з власними акаунтами в Twitter, Facebook, WhatsApp і Skype, які могли діяти як окремі транслятори та рекрутери. Замість однієї центральної організації, що виробляє пропаганду, Ісламська Держава стала гідрою з безліччю голів, які розпорскують свою отруту на весь Інтернет і у безліч країн. І, так само як і Гідра з грецьких міфів, на кожному голові, яка була відрізана (або відключена), на тому ж місці відроджується дві. Децентралізація трансляційної потуги дозволить групі охопити весь світ, навіть людей, яких природньо не приваблюють такі посили. Це виявиться надзвичайно ефективним, і випадок Софі Касікі є прикладом цього.

Коли Софі Касікі було 9 років, її світ розпався. До тих пір вона насолоджувалась майже ідилічним дитинством в Сенегалі з матір'ю, яку вона обожнювала. Її життя було безпечним, і в його основі лежали ці відносини. Її мама була медсестрою, вродженою нянею. Софі сказала мені, що

17 Emerson T. Brooking and P. W. Singer, «War Goes Viral: How Social Media Is Being Weaponized Across the World», Atlantic, листопад 2016 року.

18 Abraham Wagner, Rand Waltzman, and Alberto Fernandez, «The War Against ISIS Through Social Media», American Foreign Policy Council Defense Technology Program Brief 12 (вересень 2015 року), 6.

вона жила, як пізніше зрозуміла, у коконі. Її батько помер, коли вона була зовсім крихітною, але материнської любові було достатньо. Потім, після тривалої хвороби, також померла мати. Решта родини вирішила, що Софі—наймолодша з п'яти осиротілих дітей—приєднається до сестри у Франції. Переїзд відбувся майже відразу, і хоча вона не надто заперечувала щодо переїзду в іншу країну, відсутність її матері дійсно завдавала страждань.

Але Софі була змушена адаптуватися, і вона це зробила. Закінчивши школу і здобувши кваліфікацію соціального працівника—так само, як і її мати, Софі обрала роботу, де могла допомагати людям. Вона також вийшла заміж, в двадцять вісім років, за того, хто спершу був її другом. Відносини були щасливими, і в них народився малюк, Хьюго.¹⁹ Але вона все ще відчувала порожнечу в своєму житті, порожнечу, що залишилася зі смерті її матері, яку ні робота, якою вона насолоджувалась, ні син, якого вона обохнювала, не могли заповнити. Вона походила з католицької сім'ї і дитиною в Сенегалі була релігійною, щотижня вона з нетерпінням чекала на похід до церкви, коли могла вбрати найкращу сукню і піти з матір'ю, слухати проповідь священника. Але коли зростаючи в Парижі, вона почала ставити під сумнів свою віру. Вона неодноразово запитувала себе: якщо Бог існує, чому він забрав у неї матір? Софі також почала сумніватися, чи католицизм був для неї підходящою релігією, чи лише успадкованим віросповіданням. Вона почала читати про інші релігії. Спочатку вона з кількома друзями вивчала буддизм, але не погоджувалася з усіма його приписами. Будучи соціальним працівником, Софі працювала здебільшого у *banlieues* (передмістях)—занепалих районах Парижу, де зустрічалися

¹⁹ Хьюго—це також псевдонім.

великі мусульманські громади і вона почала вивчати іслам. З самого початку вчення припало їй до душі і вона почала віднаходити відповіді на питання, що мучили її роками.

Вона зайшла в мережу і почала читати сури (вірші) з Корану. YouTube був особливо цінним, тому що давав їй можливість слухати ісламські молитви і красиві *нашеїди* (ісламські пісні). Вона також придбала дитячі книги про іслам, покликані пояснити віру початківцям. Коли вона почала сумніватися у своїй вірі, сестра порадила їй поговорити зі священником або сходити до сповіді. У ісламі, однак, не було посередника: були лише Софі і Бог. У липні 2013 року вона нарешті прийняла рішення про перехід. Будучи католичкою, вона припускала, що процес переходу буде тривалим, але на її здивування місцева мечеть призначила їй зустріч протягом тижня після її першого телефонного дзвінка. Коли вона з'явилася з двома обов'язковими свідками, їй повідомили, що вона матиме просто проголосити єдине речення—«Свідчення Віри» (відоме як *шахада*). І так, з хвилюванням і трепетом, вона вимовила необхідні слова арабською: «Ла ілаха ілла Аллах, Мухаммад расулу Аллах» (Немає істинного бога, крім Бога [Аллах], і Мухаммед є посланцем Бога). Лише двоє людей знали про її перехід: ті, кого вона запросила свідками. Ніхто з її друзів чи родини, навіть її чоловік, палкий атеїст, не знали. Це було приватне рішення, і Софі знала, що вони не погодилися б з ним. Вона казала собі, що розповість їм пізніше, коли вони побачать, наскільки перехід покращив її життя. Тоді вона не мала жодного уявлення, що зробила перший крок подорожі, яка зрештою приведе її з сином до Сирії—і в руки Ісламської держави.

Зараз 21 березня 2016 року, майже за дев'ять місяців до моєї зустрічі з Софією у Версалі. Я пробираюся крізь натовп, що

переповнюють центральну лондонську вулицю Оксфорд-стрит, і повертаю на бічну дорогу біля взуттєвої крамниці Dr. Martens, щоб дійти до непримітної будівлі на розі. Крізь скляні двері слабко проглядаються різні офіси всередині. Натиснувши дзвінок, я заходжу, піднімаюсь ліфтом на четвертий поверх, де входжу у великий офіс з відкритим плануванням і рядами столів — по п'ять чи шість. Один бік стіни цілком зайнятий вікнами, але жалюзі закриті, кухонний куточок з чайником і коробки відкритих шоколадних цукерок і печива стоять у дальньому кінці. Це виглядає як будь-який інший офіс у центрі Лондона. Але люди тут займаються зовсім іншою діяльністю, ніж всі в сусідніх торгових центрах і ресторанах.

Я перебуваю в Інституті стратегічного діалогу, ключовому центрі контртекстримістської діяльності Сполученого Королівства, маю зустрітися з Мелані Сміт — дослідницею в центрі і координаторкою проектів програми «Жінки та екстремізм». Частина роботи Сміт передбачає ведення бази даних, яка використовує соціальні медіа-платформи для моніторингу жінок, які залишили свої країни походження — в основному Канаду, США, Австралію або країни Західної Європи, заради вступу до Ісламської держави в Сирії або Іраку. Вона ввічлива і розумна, методично відповідає на мої питання, коли ми виходимо в зал для зустрічей з чорними дерматиновими кріслами довкола довгого прямокутного столу. «Русійні чинники радикалізації жінок, — каже Сміт, — розгортаються, насамперед, довкола кризи соціальної ідентичності молодих жінок, які не розуміють свого місця у суспільстві. У Франції 60 відсотків з них є новонаверненими і, як правило, мають тільки поверхневі знання про іслам».²⁰

20 Інтерв'ю автора з Мелані Сміт, Лондон, 21 березня 2016 року.

«Жінок рідко радикалізують або вербують оф-флайн,— продовжує вона.— Чоловіків частіше радикалізують посередництвом соціальної взаємодії, ніж жінок. Чоловіки схильні формувати групи і ділитися ідеями. В сприйнятті жінок радикалізація є ганебнішою і вони більш схильні робити це в ізоляції в Інтернеті. Таким чином, в основному вони покидають усе, щоб приєднатися до Ісламської держави окремо або в ізольованих групах, часто за найнеочікуваніших обставин. Соціальні медіа дуже скоротили строки радикалізації, а також змінили самі способи. Те, яким чином людей зтягають в угруповання, дуже відрізняється від того, що ми бачили раніше, методами, якими Ісламська Держава радикалізує людей, використовуючи безпосередність соціальних медіа». Вона продовжує, що це надзвичайно важливо тому що практично завжди є персональний елемент радикалізації і вербування. «Соціальні медіа є в центрі процесу, але лише цього, зазвичай, недостатньо». Малоймовірно, що хтось здійснить довгу подорож з Парижа чи Лондона до Сирії просто надивившись пропаганди Ісламської держави. Жінка швидше за все почне спілкуватися з кимось, хто залучає і допомагає її вербувати, з її оточення або найчастіше той, хто вже приєднався до Ісламської держави і зараз знаходиться в Сирії чи Іраку, звідки вони спілкуються онлайн»,— розповідає мені Сміт. «Соціальні медіа,— підсумовує вона,— дозволяють їм взаємодіяти: це двосторонній процес». Хоча ні вона, ні я не знали цього тоді, Сміт щойно майже точно описала шлях, який приведе Софі з Парижа до Сирії.

Більша частина роботи Софі оберталася навколо громадського центру в знедоленому паризькому передмісті, де вона почала працювати в 2012 році.²¹

21 Софі не називає передмістя, боячись бути викритою.

Ідея полягала в тому, щоб надати людям прихисток і вберегти від вуличного життя тих, хто становить групу ризику, зазвичай молодих хлопців. Робота Софі полягала в нагляді за певними сім'ями, вона пересвідчувалася, що все було гаразд, і звітувала про будь-які виявлені проблеми, і допомагати дітям робити домашнє завдання та організовувати поїздки до культурних пам'яток Парижу, щоб показати їм хоч щось поза передмістям. Ідріс, Сулейман і Мухаммед—були постійними відвідувачами громадського центру. Це були молоді хлопці, віком від двадцяти до двадцяти чотирьох років, практикуючі мусульмани, але не екстремісти, і не намагалися навертати інших. Вони їли халяльну їжу, але носили модний одяг і вільно спілкувалися з жінками. Один працював у великій французькій компанії, а двоє інших навчалися. Іноді вони обговорювали ситуацію в Палестині або історію колоніалізму, але це були звичайні дискусії— інтелектуальна активність заохочувалася. Вони були звичайними мусульманськими хлопцями з передмістя.

Та одного дня вони зникли. Це був жовтень 2014 року, всього за кілька місяців після того, як Ісламська держава захопила Мосул, і згадки про угруповання почали переважати в заголовках медіа по всьому світу, коли одна з сестер Ідріса подзвонила Софі плачучи. Вона пояснила, що її брат разом з Сулейманом і Мухаммедом повідомили своїх батьків, що втрьох знаходяться в Сирії. Ідріс не сказав, що вони там роблять, а лише те, що вони в безпеці і щасливі. Вона сказала Софі, що її мама нетямилася від хвилювання і Софі пішла до їхнього будинку, щоб підтримати родину. Коли вона була там, Ідріс подзвонив знову, інші хлопці були на задньому плані. Телефонний зв'язок був поганий, але вони повторили, що знаходяться в Сирії і що вони в порядку, та вибачилися за те, що поїхали так раптово. Мама Ідріса

була в істеричі і кричала в телефон: «Поверніться, поверніться, ще не все втрачено. Це лише невелика помилка, ніхто не дізнається».

Софі чула небагато нового протягом наступних кількох тижнів, аж до 9 грудня 2014 року. Цю дату вона запам'ятала назавжди. Вона щойно вийшла з лікарні після операції на горлі і нормально не їла вже кілька днів, була втомлена і нездорова, вже готувалася лягати, коли пролунав скайп-дзвінок. Він був з невідомого номера, але вона все одно відповіла. «Вгадай, хто це?»- сказав безтурботний чоловічий голос на іншому кінці. Софі була не в настрої для ігор. «Скажіть мені хто це або я покладу слухавку, — сказала вона. «Це Ідріс», — прозвучало у відповідь. Софі відразу включилася. Вона знала, як хвилювалася сім'я Ідріса про нього і всі в центрі також були стурбовані ними трьома, тому вона вирішила, що спробує отримати якомога більше інформації від нього і, можливо, навіть переконати його повернутися додому.

Вона розмовляла з Ідрісом, але також чула двох інших на задньому фоні — скидалося, ніби він спілкувався через гучномовець. Ідріс сказав їй, що вони перебували в сирійському місті Ракка (столиці халіфату Ісламської держави) і хотів розпитати, як його сім'я. Хлопці запитували про людей з соціального центру, і про те, як справи в їхньому районі — такі буденні питання. Але Софі хотіла, щоб вони усвідомлювали біль, якого завдавали близьким. Вона сказала Ідрісу, що його мати була в жахливому стані і його семирічна сестра увесь час питала про нього, що молодші брати двох інших хлопців більше не ходять до школи і що всі дуже засмучені. Розмова тривала менше п'яти хвилин. Наприкінці вони сказали, що ще перетелефонують. «Так, — відповіла вона, — передзвоніть і повертайтеся».

Наступний дзвінок відбувся через два тижні, і відтоді розпочалася регулярна кореспонденція. Софі ще почувалась кепсько після операції, була пригнічена та й робота не йшла надто добре. Вона стала соціальною працівницею, щоб допомагати поліпшити життя, але їй доручали лише моніторити сім'ї. Це було надзвичайним розчаруванням і в певному сенсі дзвінки стали для неї полегшенням. Вона почала уявляти себе зв'язковою між трьома загубленими молодиками—досі хлопчиками, на правду—і їхніми родинами. Софі думала, що якщо вони просто збагнуть, скільки болю завдають своїм близьким, то прилетять наступним літаком додому. Щоразу, коли вона розмовляла з ними, то обов'язково інформувала їхніх схвильованих батьків. Вона навіть відчувала себе особливою—хлопці обирали її як свою посланицю. Але поволі все почало змінюватися. Вони стали запитувати про неї і оскільки Софі була вразливою, вона відкрилася. Те, що хлопці були на іншому континенті також означало, що вона могла говорити з ними вільніше, ніж із людьми, які були поруч. Їй подобався їхній дитячий зухвалий гумор з передмістя—вони підбадьорювали її. Вони часто цитували сури з Корану, який відкривав їй новий погляд на життя. Вона завжди вважала, що це вона все контролює, але, сидючи за столом навпроти мене в бістро біля Версальського палацу, Софі розповіла, що тепер усвідомлює, що вони поволі, як вона висловилася, «промивали їй мізки». Вони знали, що Софі сирота, що на вернулася до ісламу і що була пригнічена—і зіграли на цьому.

Софі навіть не уявляла, що до неї застосовували новітню кампанію вербування за допомогою скайпу та ватсапа, в найкращих традиціях Ісламської держави. У своїй доповіді «Why ISIS Flourishes in Its Media Domain» («Чому ІДІЛ процвітає у сфері медіа») Американська рада зовнішньої

політики зазначає: «Безумовно, помилково вважати, що люди радикалізуються самі по собі або просто від споживання радикалізованих соціальних медіа. Зазвичай існує особистий вимір—друг, родич, або сусід—чи віртуальний індивідуальний вимір, що забезпечує віртуальну близькість через Skype, Twitter, або миттєвий обмін повідомленнями».²² Троє юнаків уперше запропонували Софі щось, чого вона прагнула— близьке спілкування, але важливим елементом було те, що близькість була на віддалі, те, що вони були далеко, допомогло Софі відкритися їм. Тоді вони почали доносити їй власне послання.

З часу виникнення Ісламської держави глобальні медіа послідовно зосереджувались на жорстокості їхньої пропаганди, трансляції мільйонним аудиторіям по всьому світу кожного злодіяння, від відтинання голови американського журналіста Джеймса Фолі до принесення в жертву йорданського пілота Муанта аль-Касасбеха.²³ У суспільній свідомості пропаганда Ісламської держави пов'язана з екстремальним насильством упакована у майстерні відео з драматичною музикою та високою якістю зйомки. Але реальна сила вербування полягає в чомусь зовсім іншому. Чарлі Вінтер, старший науковий співробітник Міжнародного центру вивчення радикалізації у Кінгс-коледжі в Лондоні, визначає позитивну візію як основу пропаганди угруповання. Їхній вербувальний наратив побудовано на альтернативному способі життя, який ґрунтується на побожності та релігійності, а також на непокорі статусу-кво.²⁴ Альберто Фернандес розширює це

22 Wagner, Waltzman, and Fernandez, «War Against ISIS», 8.

23 Автор вирішив не посилатися на будь-яку пропаганду Ісламської держави, яка показує смерть або вбивство.

24 Скайп-інтерв'ю автора з Чарлі Вінтером, 24 листопада 2016 року.

твердження, виділяючи три елементи, які разом складають пропагандистську привабливість Ісламської держави.²⁵ Перший — це салафітський світогляд джихадистів. Салафізм — це віра в те, що іслам має повернутися до своєї «первозданної» форми, що її практикували перші три покоління, відомі як аль-салаф аль-саліхін (побожні попередники), які «вважаються золотою епохою правдивого ортодоксального ісламу».²⁶ Салафітський джихадизм є світоглядом, де насильство має застосовуватися для досягнення мети. Більшість салафістів є пацифістами, вони часто аполітичні та відкидають ідею загальнонаціонального халіфату, тоді як для джихадистів-салафістів його встановлення є стратегічною метою. Салафітський джихадизм і встановлення халіфату лежать у серці ідеології Ісламської держави і угруповання продукує безмір матеріалів, які наголошують важливість досягнення цих цілей, матеріалів, які виявилися потужним методом приваблення мусульман з усього світу під чорні знамена. Це не цікавило Софі, яка не була салафісткою ані, звичайно, джихадисткою. В питанні релігії їй ішлося радше про духовність, аніж про дотримання якоїсь конкретної доктрини. Справді, її чоловік досі й близько не уявляв, що вона прийняла іслам. Натомість, як вказують Вінтер і Фернандес, троє хлопців наголошували другу і третю частину посилу Ісламської держави, а саме, позитивне бачення життя в халіфаті. Це — шупальце пропаганди Ісламської держави, яке зачіпає потенційних новонавернених на індивідуальному

25 Скайп-інтерв'ю автора з Альбертом Фернандесом, 28 березня 2016 року.

26 Shiraz Maher, *Salafi-Jihadism*, «The History of an Idea» (Лондон: Hurst, 2016), 7.

Див також David Patrikarakos, «Progression Through Regression» [review of Maher, *Salafi-Jihadism*], літературний огляд, листопад 2016.

рівні, звертаючись до їхнього прагнення бути частиною чогось більшого, ніж вони самі—проекту державотворення.²⁷ У статті для BBC Вінтер дослідив онлайн-публікації Ісламської Держави, що різноманітні соціальні медіа-платформи протягом тридцяти днів місяця Шаввала, який, згідно з календарем угруповання, почався 17 липня і закінчився 15 серпня. За цей відрізок часу, за його словами, офіційні пропагандисти групи створили і поширили 1146 окремих виплесків пропаганди у тридцяти п'яти різних медіа.²⁸ Багато контенту було передбачуваним—висвітлення жорстокого насильства групи, але що його вразило, то це наскільки велика частина їх посилів зосереджувалася на просуванні позитивного образу халіфату:

Наступаючи відразу після священного місяця Рамадана, Шаввал починається з дня святкування, Ід аль-Фітр. Як і очікувалося, ІД хотіла похвалитися цим. Медіа-команда Ісламської держави мала продемонструвати своїй аудиторії, як всередині, так і ззовні так званого халіфату, що Ід аль-Фітр в стилі ІД був неперевершеним. Таким чином, основний акцент було зроблено на двох засадничих аспектах утопії ІД—на релігії та суспільному житті її «громадян». Пропагандисти зробили велику виставу подачі милостині серед нужденних в Сирії та Лівії, і витратили величезну кількість часу на документування святкових молитов і загальної «атмосфери» урочистостей. Діти бавились на ярмаркових атракціонах, сиріткам роздавали іграшки та солодоці, бійці на передовій співали, разом пили чай і сміялися.

27 Скайп-інтерв'ю автора з Альбертом Фернандесом, 28 березня 2016 року.

28 Charlie Winter, «Fishing and Ultraviolence», BBC News, 6 жовтня 2015 року.

Останнє звернення має зачіпляти на юність та непоко-ру—елементи, які, безперечно, використали для радикалізації молодих рекрутерів Софі, також векторами радикалізації тут є заохочення до дій та сприяння халіфату. Цей тип наратива підсумував Джунаїд Хусейн, британський мусульманин, який виїхав до Сирії і став одним з найефективніших пропагандистів Ісламської держави (змінивши своє ім'я на Абу Хусейн аль-Британі). «Ти можеш сидіти вдома і грати в Call of Duty (Поклик честі) або можеш приїхати сюди і відповісти на справжній поклик честі,— сказав він.— Вибір за тобою».²⁹ Саме цей тип заклику до дії (але не кровожерливого джихадистського штибу) застосовували троє молодих рекрутерів і це стало вирішальним фактором в кінцевому рішенні Софії вирушити до Сирії. Посил, які вони поступово їй згодували, як вона сказала, запропонував їй можливість перейти від ролі глядача у власному житті до позиції дійової особи в ньому.

Коли три молодики повільно переключили розмови на Софі, вони перестали розпитувати про справи у Парижі і почали розповідати їй про життя в Рацці. «Софі, ти мушиш побачити красу цього міста, воно магічне»,—казали вони їй. Вони, стверджували, що служать «великій справі», хоча ніколи не уточнювали прямо, що це за справа. Вони почали відправляти їй у вотсапі та вайбері селфі з пекарні, заповненої продуктами, з усмішками з ресторану, плаваючи на човнах по річці Євфрат. Вони, казали їй, що чулися корисними вперше в житті. Казали, що ніколи не відчували себе інтегрованими у французьке суспільство: говорили обурено про те, як їхні батьки гнули спину ні за що. Говорили про вияви расизму, яких вони зазнали, що навіть

29 Brooking and Singer, «War Goes Viral».

народжені у Франції (на відміну від Софі), вони ніколи не відчували себе французами, про те, як передмістя були позбавлені можливостей. Але в Рацці казали вони, все було по-іншому. Вони відчували приналежність, їм було добре. Слухаючи їх по телефону, Софі подумала, що вони звучать ейфорично, так начебто вони нарешті знайшли життєве покликання.

Рекрутери давали їй саме цей безпосередній, особистий посил, на який вказував Вінтер, — підкріплений великою кількістю зображень, фотографій з далекої, за тисячі кілометрів, Ракки, які завдяки програмам, як WhatsUp і Viber вона могла отримувати миттєво і часто. Сила соціальних медіа дозволила їм передати Софі повний наратив — важливо, що як словесний, так і візуальний — про майже утопічне життя в Ісламській державі.

Центральним у їхніх розповідях було те, що точно мало зачепити Софі найбільше: жіноча лікарня в Рацці. Там лікували безліч біженок, які втекли з усіх частин Сирії, щоб уникнути тиранії президента Башара Асада. У лікарні, як їй розповіли, було велике пологове відділення. Багато іноземців приходили на допомогу потерпілим сирійцям, але там ще працювало замало жінок. Сирійські діти народжувалися десятками, і це місце потребувало її допомоги. «Я не лікарка, — сказала вона їм». «Це не має значення», — відповіли вони, — «Ви навчені опікуватися людьми». Хлопці знали, що Софі любить дітей і що зможе принести свої навички соціального працівника, щоб допомогти тим, хто має справжню потребу в цьому, на противагу обов'язкам спостерігача на поточній роботі, з якої вона не раз казала, що хотіла б звільнитися. Рекрутери казали Софі, що у Рацці вона знайде все, чого їй не вистачає в роботі та в особистому житті.

Софі відчувала себе некорисною, аж ось існував позитивний державотворчий проект, який потребував її допомоги. Це було ідеальне поєднання. Вони їй сказали, що Франція зі своїм сучасним життям зробила всіх рабами. Ця ідея знайшла шлях до її серця.

Нещодавно Софі була на острові Горе в Сенегалі, так званому рабському острові, де відвідала пам'ятник «Двері без повернення», пам'ятник, який вшановує остаточну точку виходу рабів з Африки. Вона розповіла хлопцям, що єдине, що змушує її вставати уранці—це її син. Софі також спостерігала за новинами про сирійську гуманітарну кризу—вона, як і мільйони інших по всьому світі, бачила зображення людей, які страждають через режим Асада і тепер їй пропонували можливість допомогти.

Утім, вона досі сумнівалася. Ракка перебувала у стані війни. Звичайно, це було небезпечно.

«Та це фігня, Софі»,—відповіли вони. «Дороги обсажені деревами і квітами. Війна далеко—ми ніколи не чули бодай пострілу. Не вір газетам—тут усі мусульмани живуть у мирі, тут ми дійсно чомусь служимо». На кожне питання, яке вона ставила щодо безпеки, комфорту, гігієни чи охорони здоров'я—вони мали кілька відповідей. Вони казали, що живуть у *Дар альїсламі* (будинку ісламу). Так, вони визнавали, що там було і страждання, але життя продовжувалося, і це означало, що людей, подібних до неї, бракувало ще більше нагально.

«Вони намагалися сповнити мене відразою до західного життя у порівнянні з життям, яке провадили вони,—розповідає мені Софі в бістро.—Хлопці неодноразово підсували мені ідею про те, що у Франції я була глядачкою свого життя, а у Сирії я могла би бути дійовою особою». Коротше кажучи, вони обіцяли їй свободу волі—можливість

повернути собі контроль. Це все, чого Софі прагнула. Вони вправно зіграли на цьому.

Під час нашого інтерв'ю я запитав Софі, як їй вдалося подумки виправдовувати своє інтенсивне онлайн-спілкування з тим, що вона вочевидь була свідомою того, якою брутальною є терористичне угруповання Ісламської держави. Софі каже, що коли 7 січня 2015 року на паризький офіс щотижневої сатиричної газети *Charlie Hebdo* напали два бойовики, загинули дванадцять осіб, що вона була вражена. Майже одночасно на паризькому кошерному супермаркеті чотири людини були вбиті іншим бойовиком — Амеді Кулібалі, який присягнув на вірність Ісламській державі. Але вона просто не могла співставити в своїй свідомості Ідріса, Сулеймана, Мухаммеда і людей такого типу.

«Мені здавалося, що я контролювала спілкування, але тепер я розумію, що вони майже напевно від самого початку намагалися мене завербувати» — каже Софі. Лише з часом вона почала усвідомлювати, що відбулося. Вона гадає, що процес вербування розпочався з першого ж дзвінка. Тепер вона припускає, що була не єдиною, кому хлопці телефонували. — «Кожне питання, що вони мені ставили, мало на меті поглибити процес мого залучення». Софі вважає, що рекрутери одержували платню за кожного, кого вмовляли приїхати до Сирії, особливо — за жінок, які могли приїхати і народжувати дітей — буквально виношувати підданих для халіфату. «Жоден з цих дзвінків не був щирим», висновує вона. «Хлопці знали, що я прагнула допомагати людям, вони скористалися з моїх скарг на життя в Парижі й переконали поїхати кудись, де я була б корисною».

Соціальні медіа — комплексна штука, але, передусім, — як ми побачили на прикладах Фари Бейкер, Анни Сандалової

та Еліота Гіггінса, — вони посилюють індивідуальну особу . Зокрема, найбільша сила соцмереж полягає в тім, що вони є інструментами для всіх позбавлених влади, голосу та маргіналізованих. Французький вчений Олів'є Рой обмірковує, чи більша частина насильства джихаду, яку ми бачимо, передбачає радикалізацію ісламу чи ісламізацію радикалізму. Читаючи Роя, приєднання до Ісламської держави стає способом відкидання буржуазних, західних норм в душі тих, хто в минулому ставав комуністами, анархістами або навіть хіппі. Сьогодні такі люди заходять в Інтернет і дивляться відео, що картинкою подібні до відеоігор, з бійцями в модних BMW які розміщує терористичне угруповання , щоб просувати ідею крутості джихаду — альтернативного способу життя на перекир усьому, за що стоїть буржуазний Захід. Як написав Ярослав Трофимов у *Wall Street Journal*: «Що коли суть у тому, що нігілістичні невідповідності та насильницькі невдоволення на Заході звертаються до Ісламської держави просто тому, що це найочевидніший ворог системи? Що якщо Ісламська держава, зі своєю пропагандою — «поклику честі» просто використовує гнів, яку спонукала не вона?»³⁰ І, звичайно, немає нічого краще пристосованого, ніж соціальних медіа, для приборкування, надання права голосу і в кінцевому підсумку мобілізації люті маргіналізованих і незадоволених.

Заклик Ісламської держави насправді є питанням як радикалізації ісламу, так і ісламізації радикалізму. Переважна більшість завербованих мають світогляд салафітських джихадистів і добре розуміють на що підписуються. Але Софі шукала відповіді, щоб заповнити порожнечу, яку відчувала після смерті матері. Повчально, що вона розглядала

30 Yaroslav Trofimov, «Radicalization of Islam or Islamization of Radicalism?», *Wall Street Journal*, 16 червня 2016 року.

інші релігії, перш ніж зупинилась зрештою на ісламі. Якби вона народилася сорок років тому, то його заміником могли бути комунізм або навіть екзистенціалізм. Найбільш виразна та повторювана теза її розповіді полягає в тому, що вона шукала альтернативу життю, в якому відчувала себе некорисною і безсилою.

Софі ніколи не називала себе «радикалізованою», скоріше, вона вважала, що зазнала «промивання мізків». У тому сенсі, що вона не перейняла світогляду салафітського джихаду і ніколи не була переконана в праведності справ Ісламської держави—це, мабуть, правильно. Але визнає вона це, чи ні, трьом молодикам вдалося радикалізувати її, змусивши погодитися приїхати в серце халіфату. Після понад двох місяців діалогу з вербувальниками, Софі вірила в наратив, який вони просували і, мабуть, найважливіше, вона довіряла їм самим.

Саме тоді Ідріс вперше почав говорити з Софі про систему «запрошень» до Ракки. Він казав, що хотів би запросити батька, щоб показати йому місто і розкіш в якій вони всі жили. Як і передбачалося, ідея відправитися в Ракку застрягла в голові Софі, особливо те, що вона, нарешті, зможе побачити лікарню про яку так багато чула. З часом її стосунки з чоловіком погіршилися, і вона потребувала зміни декорацій. Ідріс з ентузіазмом дивився на перспективу її приїзду, але вона все ще мала запитання і постійно просила його підтвердити, чи зможе вона повернутися. Він запевнив, що її виїзд не буде проблемою. Він також відкинув її занепокоєння щодо ставлення до жінок, стверджуючи, що до них ставилися з великою повагою в *Дар аль-Ісламі*. Вони хотіли, щоб Софі з собою привезла сина, і сказали їй, що вони обоє житимуть у гарній квартирі, і що Хьюго

матиме з ким бавитись. Коли вона була на зв'язку з ними це було все так переконливо, але коли вона закривала ноутбук сумніви поверталися. Вона розуміла, що Сирія була у стані війни і навіть якщо те, про що вони говорять про Ракку є правдою зараз, там не буде безпечно назавжди. Тим не менш, прийшов час приймати рішення і Софі наважилася. Вона поїде.

Вона погодилася з Ідрісом, що приїде на місяць, щоб побачити, як воно все виглядає і тоді прийме рішення про те, чи залишиться на довший термін. Далі лишалося залагодити логістику. Вона не хотіла розповідати чоловікові куди їде, тому сказала йому, що їде в Стамбул разом з сином, щоб працювати в сиротинці протягом місяця. Її чоловік доглядав Хьюго, поки Софі їздила в Сенегал, щоб відвідати острів Горе, тому він був радий перерві. Вона замовила квиток в один бік в Стамбул на 20 лютого 2015 року з наміром повернутися 10 березня. Ідріс сказав їй, що пізніше їй відшкодують кошти зв цей рейс. Тим не менш, Софі похитнулася. Вона купила квиток лише за два дні до того, як їй було призначено поїхати, бо все ще не була цілком переконана. Але сівши на літак, вона опинилася в їхніх руках—покладаючись на те, як вони провадили через WhatsUp кожний її крок до халіфату. Вони сказали, що як тільки вона приїде до Стамбула, її хтось зустрине, але вони не можуть сказати хто, і сказали, щоб вона не ставила жодних питань. Софі приземлилась в аеропорту Ататюрк в Стамбулі, де її зустрів високий, худий північноафриканець, який трохи розмовляв французькою і підтримував постійний контакт з Ідрісом. Потім вони взяли таксі до центру Стамбула, де залишилися з французькою сім'єю на ніч і виїхали наступного дня близько полудня. Подальша подорож минала немов у тумані. Зі Стамбула вони виїхали на автобусі до міста

Газіантеп, на турецько-сирійському кордоні, звідки переправилися в Сирію пішки, уникаючи пропускних пунктів. Успішно перетнувши кордон вони пройшли ще приблизно п'ять хвилин, до машини, яка мала відвезти її до Ракки. Чоловіки в автомобілі були у довгому вбранні і мали при собі зброю, вони виглядали як типові джихадисти. Це було невітшно. Дорогою вона зауважила розбитий літак на дорозі, автомобіль проїхав через кілька контрольно-пропускних пунктів, перш ніж вони прибули до міста. Її перші враження про Ракку були амбівалентними. Як Ідріс та інші обіцяли, це було функціонуюче місто. Було дійсно спокійно, жодних відзвуків війни. Але найбільше її вразило те, що, які жили повсякденним життям на вулиці, всі, здавалося б були звичайними за винятком однієї маленької деталі: майже всі вони були озброєні. Її дух піднявся, коли вона побачила Ідріса, Сулеймана і Мухаммеда. Але в той же час вона побачила, що вони теж озброєні. Чому, запитала вона, їм потрібно носити зброю, коли вони займалися гуманітарною діяльністю, а місто не було в небезпеці? Вони ввічливо проігнорували її питання і сказали, що передовсім їм треба взяти таксі, щоб купити Софі нікаб (тип одягу, що покриває все обличчя, який мусульманки носять поза домом), тому що у неї був лише в шарф на голові. Це було для неї несподіванкою, але якщо вона мусила це зробити, аби жити там, подумала вона, тоді вона дотримуватиметься правил.

Нікаб виявився передвісником. Носити його було важко: Софі ледве дихала чи бачила. Її вона поселилась в квартирі, яку, як вона дізналася, було вилучено у первинних сирійських власників, які зуміли забрати частину своїх маєтків, але залишили більшість там. Після того, як вона провела кілька днів облаштовуючись, її прийняли до жіночої лікарні Ісламської держави.

Софі була нажахана тим, що вона там побачила. Лікарня була переповнена, ряди жінок народжували без належної медичної допомоги. Іноземні жінки, які прийшли на допомогу сирійським жінкам, переслідуваним режимом Асада, ставились до пацієнток як до бруду. Існувала чітка ієрархія, причому іноземні бойовики і цивільні особи на вершині, а сирійці прямо на дні. Догляд був настільки поганим, що часто виглядав як знущання. Лікарі, здавалося, робили кесарів розтин майже всім, часто без анестезії, у надто багатьох випадках матері помирали. Жінки і діти постійно кричали. Весь заклад був схожим на заводську лінію, призначену для заселення халіфату. Вона навіть почала підозрювати, що медичні послуги пропонуються майже безкоштовно, як спосіб зробити місцеве населення прихильним до Ісламської держави. Коли вона скаржилася, їй сказали, що вона думає, як «зарозуміла французенка». Водночас їй також закидали, що вона, як африканка, повинна бути звиклою до подібних умов. «Ви й близько не бували в Африці, — відповіла вона. — Мама там була медсестрою, і вона нізащо не терпіла б таких умов».

За межами лікарні було не краще. Ідріс та інші два хлопці говорили про сирійців, як про тварин. Софі здалося, що Ісламська держава далеко не благодійник, а фактично є окупаційною армією. Приблизно через сім днів у Раці вона поспілкувалася зі своїм чоловіком і розповідала йому все: де вона була, як вона більше не хоче йти в лікарню, бо не хоче бути такою, як інші західні жінки там. Вони почали говорити якомога частіше. Він зв'язався з командою дерадикалізації у Франції, ті спонукали його переконатися, щоб Софі не відчувала себе винною. Вони радили нагадати їй про всі позитивні моменти їхнього старого життя. Чоловік надіслав Софі її стару фотографію, де вона

посміхається зі своїм новонародженим сином. На фото вона виглядала настільки щасливою. На диво, Софі навіть не впізнала фотографію, так, ніби перебувала під наркозом місяцями. Але зараз, нарешті, вона прокинулася.

Вона почала діймати Ідріса і двох інших майже щодня розповідаючи, що вона хоче поїхати. Вони розсердилися, забрали з неї ключ від квартири і заборонили їй залишити будівлю без дозволу—вони навіть привезли їжу в квартиру, щоб їй не довелося виходити. Назвали її боягузкою, бо вона не могла осягнути проект, який вони будували тут. Одного разу молодики прийшли до її квартири, щоб забрати Хьюго до місцевої мечеті, Софі кричала на них, щоб залишили його в спокою і отримала за це удар в лице. «Ви огидні!- крикнула Софі.—Ви змушуєте мене не хотіти практикувати цю релігію і я сподіваюся, що ви ніколи не потрапите до раю!» Вони побили облаяли її, і тоді, нарешті, вона зрозуміла: це були вже не зухвалі хлопці з передмістя, молодики перед нею були фанатиками, небезпечними для неї та її сина. Вона мусила вибиратися звідси.

Це виявилось складніше, ніж вона могла собі уявити. Коли її постійні скарги переросли у конфронтацію та фізичне насильство, її з Хьюго відправили до *мадаффи* (гостьового будинку). Тут мешкали десятки іноземок, метою яких було одружитися з бійцями Ісламської держави, яких вони боготворили. А ще мадаффа була, по суті, в'язницею. Гіршою за все була телевізійна, де відео про нескінченні звірства Ісламської держави транслювалися шанувальникам, Софі згадує, як вони плескали та вигукували, дивлячись спалення живцем йорданського пілота.³¹ Що важливо, мадаффа транслювала не тільки торттури над ворогами, але й страшну

31 Знову ж таки, автор вирішив не давати посилання на відео, де Ісламська держава демонструє вбивства.

долю тих, кого вважали зрадниками Ісламської держави. Було зрозуміло, що цей тип пропаганди вважався дуже важливим, задля утримання контролю над населення міста.

Софі була в пастці й у відчаї. Жінка, яка керувала мадаффою, фактично була домашньою тюремницею і постійно тримала двері замканими. Але невдовзі Софі поталанить уперше за довгий час. На другий день до будинку прийшов джихадист, який зробив пропозицію одній з жінок. Коли тюремниця спілкувалася з майбутніми нареченими, Софі помітила, що та закрила передні двері, але не замкнула їх після приїзду бойовика. Вона вхопилася за нагоду втекти. Покинувши все, що мала, Софі вбрала в кілька шарів одягу Хьюго і вийшла.

Вона пройшла кілька вулиць, щоб перевірити, чи за ними ніхто не стежить. Вона вирішила поїхати до приватної лікарні міста, щоб дізнатися, чи може хто-небудь, навіть хтось зі сторони режиму Асада допомогти їй та її синові. Але коли вона приїхала, лікаря не було, а секретарі не говорили французькою. Вони не могли виділити їй палату, щоб залишитися, тому, з відчаю, вона взяла таксі до своєї старої квартири і сховалась там у зоні смітників до часу намазу, коли вона могла бути впевненою, що Ідріс та інші будуть в мечеті. Її єдиним варіантом було звернутися до сусідньої родини в багатоквартирному будинку, які кілька тижнів тому воркувала над Хьюго, сподіваючись, що вони допоможуть. Це був смертельний ризик, але і єдиний шанс, що вона мала.

Їй пощастило. З великим ризиком для власної безпеки сім'я прихистила Софі і Хьюго на ніч. Це все, що їй було потрібно. Протягом попередніх тижнів чоловік Софі склав план. Жінка, відповідальна за програму дерадикалізації

у Франції контактувала з сирійським активістом на місці, який зконтактував їх з Вільною сирійською армією (ВСА), військовою групою, що виступала проти режиму Асада і складалася з колишніх офіцерів із сирійської армії. За плату в розмірі 30 000 євро, яку чоловік Софі зібрав з допомогою родичів, ВСА погодилися таємно вивести Софі з Ракки. Але Софі мала бути обережною, оскільки її під нікабом не можна було розпізнати, а от Хьюго світлошкірий і привертає увагу. Софі носила його в складках довгої сукні, щоб якомога більше прикрити шкіру малюка.

Після того, як вони майже втратили зв'язок, контактна особа Софі з ВСА привела її до безпечного будинку в місті, де вони провели ніч. Наступного ранку, 24 квітня, вони взяли мотоцикл, Софі сховала Хьюго під одягом і вони рушили до кордону. Вони мчали на високій швидкості, і в один момент Софі впала з мотоцикла—їй пощастило, що вона не зламала хребет. Хьюго весь час кричав, це був кошмар. Зрештою, вони прибули на турецький кордон. Коли вони пробиралися через огорожу, нікаб Софі зачепився за дріт. Вона з огидою зірвала його з себе.

Протримавшись трохи понад місяць вона втекла з Ісламської Держави. Якби втікачку з малюком упіймали в будь-який момент, їх убили б, швидше за все, в надзвичайно брутальній формі, щоб подати приклад усім, хто має подібні думки про втечу.

Діставшись Туреччини вона взяла таксі до погодженого притулку, де зустрілася з представниками з французького консульства та турецьких органів влади, яким описала все, що з нею сталося. Повернувшись в Париж, вона воз'єдналась чоловіком, який видихнув з полегшею, дала показання французькій службі розслідувань, а потім сіла до в'язниці. Вона була засуджена до чотирьох місяців

за викрадення дитини, але відсиділа лише два у в'язниці в Версалі. Перед тим, як її було ув'язнено, чоловік показав їй фотографію, яку Ідріс відправив йому через WhatsUp поки Софі була в Рацці. Це було фото Хьюго, якому ледь виповнилось чотири роки, він тримав автоматичну гвинтівку.

Це був вразливий період у житті Софі, коли відбувалося її вербування, але вона була освіченою і розумною; більше того, вона не є джихадисткою або навіть салафісткою. Перш за все, найголовніше, що впливає з її історії—це професіоналізм стратегій вербування Ісламської Держави та певні конкретні його елементи, які майже унікальні для соціальних медіа. Вербування Софі (або «промивання мізків», як вона описує) не є новинкою.³² Новинкою є те, що соціальні засоби масової інформації дозволили таким групам, як Ісламська держава, вербувати віддалено а, отже, й на міжнародному рівні. За допомогою соціальних мереж, таких як Skype і Viber (на відміну від транслюючих платформ, таких як Facebook і Twitter), Софі завербували люди за тисячі кілометрів, з якими вона ніколи не зустрічалася особисто навіть одного разу протягом усього процесу. Іншим новим елементом є швидкість, з якою платформи соціальних мереж дозволяють групам, як Ісламська держава вербувати. Пропагандистський твіт або пост може розлетілись по всьому світу і охопити мільйони людей лише за кілька хвилин. На своєму піку Ісламська держава вербувала надзвичайну цифру в дві тисячі іноземних бійців на місяць.³³ Вербування Софі просувалося повільніше, ніж зазвичай, але, як пояснила Мелані Сміт, оскільки вона жінка, процес

32 Див. розділ 11 для більш повного обговорення.

33 Reuters, «Is the Number of Foreign Fighters Joining ISIS Really Plummeting?», Newsweek, 29 квітня 2016 року. <http://europe.newsweek.com/isis-foreign-fighters-90-percent-iraq-syria-decreasing-general-claim-453741?rm=eu>.

радикалізації швидше за все повинен був відбуватися ізольованої (як і було) а, отже, бути значно більш поступовим, ніж це характерно для чоловіків. Згідно з доповіддю *Soufan Group*, стратегічної розвідувальної служби безпеки, наприкінці 2015 року кількість іноземних бійців, які їхали, щоб долучились до джихадистських груп в Іраку та Сирії (переважно до Ісламської держави) зросла понад удвічі за період 18 місяців.³⁴ У вересні 2014 року лише за два тижні було зареєстровано шість тисяч завербованих, з них тринадцять тисяч іноземних бійців: ці цифри свідчать про безпрецедентні охоплення і швидкість вербування терористів.³⁵

Незважаючи на все це, важливо мати на увазі, що в світі існує приблизно 1,6 мільярда мусульман. Ісламська держава змогла радикалізувати, щонайбільше, кілька сотень тисяч. Таким чином, рекрутингові потуги групи парадоксально є дуже успішним але і пропорційно малим. Проте будь-який контраргумент про те, що пропаганда Ісламської Держави не є надзвичайно успішною, тому що вона радикалізувала лише малу частину всіх, виходить з нерозуміння того, як працюють революційні рухи. Кількість людей, які радикалізувалися, залишили комфорт Заходу, щоб поїхати в зону конфлікту, є безпрецедентним в історії джихаду.³⁶ І це все, що потрібно. Історія показує, що групи з крайньою ідеологією — від більшовиків до нацистів — ніколи не є масовими рухами, а, навпаки, відносно невеликими угрупованнями «правдивих віруючих», які отримують владу, а потім нав'язують свій світогляд масам.

Як я вже зазначав, соціальні медіа є як доцентровими, так і відцентровими. Вони об'єднують людей і розділяють

34 «Foreign Fighters: An Updated Assessment of the Flow of Foreign Fighters into Syria and Iraq», *Soufan Group*, Нью-Йорк, грудень 2015 року.

35 Bari Atwan, *Islamic State*, 153.

36 Скайп-інтерв'ю автора з Альбертом Фернандесом, 28 березня 2016 року.

їх. Ісламська держава використовувала доцентрові можливості соціальних медіа, щоб об'єднати мусульман по всьому світу, так само, як і вербувальники Софі, малюючи віртуальне бачення утопічного халіфату. Іронія полягає в тому, що використання джихадистами соціальними медіа значною мірою було примусовим. Як сказав мені Барі Атван: «Коли ми говоримо про Ісламську державу в світі, в якому ми живемо, вона стикається з особливою проблемою: як ви можете достукатись до людей, коли всі сунітські держави воюють з вами? Як ви можете вербувати, поширювати свою ідеологію і переконувати людей приєднуватися до ваших лав у мусульманському світі і решті світу? Як ви можете навертати людей не маючи змоги заснувати телевізійну станцію, газети чи посольства? Оскільки вони є підпільною організацією, то використовують соціальні медіа, щоб достукуватись до людей. У них немає інших варіантів».³⁷

Соціальні медіа виявилися найбільшою знахідкою для угруповання, їхня роль в можливостях вербування для Ісламської держави щодо виходить за рамки простої пропаганди, як показує випадок Софі. Кожна деталь в процесі управляється посередництвом соціальних медіа, включаючи логістику перевезення завербованого в Сирію, як тільки ця людина вирішить здійснити подорож. «Після того, як когось переконали,- сказав Барі Атван, — є відділ логістики, який береться за «запрошеного», аби доставити його в Туреччину чи Ірак. Вони мають свої власні маршрути нанесені на карту, коли хтось приїжджає до Туреччини, в аеропортах чекають люди, які переводять завербованих через кордон».³⁸ Знову ж таки, це точно те, що трапилось

37 Скайп-інтерв'ю автора з Абделем Барі Атваном, 15 березня 2016 року.

38 Ibid.

з Софі, яка тримала контакт з Ідрісом в Туреччині через WhatsUp тоді як він скеровував її крок за кроком до Сирії.

Тепер у Франції і возз'єднана зі своїм чоловіком, Софі вважає, що її життя повернулося на своє місце. У Хьюго все добре, і вона повільно виходить з травми свого часу в Ісламській Державі. Вона визнає те, що її випадок є попередженням для інших людей, які обмірковують поїздку до Сирії, особливо для вразливих і безправних, які опиняються під прицілом Ісламської Держави. Коли, наприкінці нашого інтерв'ю, я запитав Софі, чому на її думку її вербування було настільки ефективним, її відповідь була миттєвою. «Вони були настільки вправні в спілкуванні, — каже вона мені. — Це була форма психологічної війни. Майже науково вивірена — набагато продуманіше, ніж ці неосвічені діти могли, на мою думку, діяти. Я ніколи не думала, що вони здатні повернути таку ефективну пропаганду проти мене. Це було надзвичайно професійно — вони зіграли на всіх моїх слабкостях». Вона робить паузу і дивиться на мене. «Зрештою, — каже вона, — вони просто взяли під контроль моїй мозок».

Контактування на особистому рівні є метою класичного вербування. Цілі та методи Ісламської держави — не є новинкою, новими є технології, яка дозволяють терористам навертати людей більш ефективно, ніж вдавалося будь-якій подібній злочинній організації в минулому. Інструменти соціальних мереж дозволили Ідрісу, Сулейману і Мухаммеду подолати величезну відстань між ними і Софі і, що принципово, персоналізувати традиційний процес до такої міри, що вона ніколи навіть не розглядала їх як вербувальників — тільки як друзів. Нова медіа-технологія змінила військове вербування назавжди.

Контртерорист: Голіаф проти тисячі рогаток

То був початок 2012 року, і Альберто Фернандес досяг мети кожного офіцера зовнішньої служби: став послом. У липні 2009-го Фернандеса, дипломата з майже тридцятирічним стажем, призначили послом США в Екваторіальну Гвінею, крихітну країну в Центральній Африці, площею близько 28,5 тисячі квадратних кілометрів, із населенням понад 1,2 млн осіб. Нині його призначення там добігало кінця. Вихід на пенсію був варіантом, але він вирішив повернутися до Вашингтона й прийняти останнє призначення на посаду. У старенькій віллі, яка слугувала посольством США в Малабо, він переглядав онлайн-список вакансій, поки одна не впала в очі. Це була посада координатора Центру стратегічних контртерористичних комунікацій (ЦСКО) Державного департаменту США—органу, що відповідає за протидію джихадистській пропаганді. До створення ЦСКО 2010 року спонукала державна секретарка Гілларі Клінтон, яка, як розповідав мені Алек Росс, від початку свого правління хотіла опанувати силою інтернету¹. Особливо вона була налаштована зробити щось задля протистояння

1 Інтерв'ю автора з Алеком Росом, Балтимор, 26 червня 2015 року.

онлайн-присутності Аль-Каїди й інших джихадистських груп, що невпинно зростала. І Фернандес поділяв її міркування².

Ісламська держава існує в двох площинах. Однією з них є її фізичний прояв: квазідержава (яка постійно зменшується) охоплює Сирію й Ірак, що доцільно назвати фізичним халіфатом. Іншою площиною є її онлайн-вияв: охоплює основні соціальні медіа-платформи нашого часу, зокрема Twitter і YouTube, що доцільно названий халіфатом віртуальним. Справді, остання концепція, так закарбована в мисленні групи людей, що багато її прихильників часто називають *wilayat Twitter* (Твіттер-країною).

Абдель Барі Атван назвав Ісламську державу «цифровим халіфатом», маючи на це підстави. Для нього бойові дії угруповання практично невіддільні від тих, що розгортаються в мережі, позаяк вони симбіотичні:

Успіх на полі бою позбавлений сенсу, якщо нема публічності [яка його б супроводжувала]. Якщо відомості про ваші акції не надходять до громадян, як вам їх тероризувати? Ісламська держава легко захопила Мосул, тому, що репутація їхньої надзвичайної жорстокості крокувала попереду них, заповонивши всі соціальні медіа, — тож іракська армія просто розбіглася. Успіх у медіа забезпечує військовий успіх: тобто його підґрунтя. Коли ви хочете завоювати місто, вам потрібен елемент психологічного удару, а соціальні медіа допомагають Ісламській державі його завдати. Так само, їхня онлайн-пропаганда неможлива без їхніх перемог

2 Alberto Fernandez, «Why ISIS Flourishes in Its Media Domain», American Foreign Policy Council Defense Technology Program Brief 12 (вересень 2015), 6. ЧИ: 12 вересня 2015 року. ЦО TAKE 67

на місцях, які підживлюють медійний успіх. Вони є двома боками однієї медалі³.

ХАМАСу, можливо, сприяли пости палестинців, які твітили про власні страждання, але онлайн-пропагандистська присутність руху, яку становили твіти поганою англійською з одного чи двох офіційних акаунтів, була слабкою. ХАМАС був і залишається терористичною групою ХХ століття. Ісламська держава, безперечно, репрезентує ХХІ століття. Західні уряди встигли лише із запізненням констатувати роль пропаганди Ісламської держави (здебільшого онлайн) в її неймовірно швидкій еволюції з локальної іракської повстанської групи до найуспішнішого терористичного бренду в сучасній історії. Прагнення до проактивної боротьби тепер закріпилося в державних апаратах заходу. Великі європейські держави, зокрема Франція та Велика Британія, разом зі Сполученими Штатами, нині очолюють боротьбу проти джихадистської пропаганди. З погляду банального обсягу контенту, ця пропаганда досягла рівня, про який і не мислили до виникнення Ісламської держави.

Деякі тенденції, що домінують у війні ХХІ століття, притаманні й битві національних держав проти Ісламської держави та їхньої пропаганди. Вони зосереджені довкола нездатності закостенілих державних інституцій тягатися з ефективністю *Homo digitalis* і недовіри до інституцій, що ширяться на Заході та перешкоджає їм просувати ефективні наративи для адекватної конкуренції в інформаційній сфері. Ця битва є як кульмінацією конфлікту ХХІ століття, так і вмістилищем його найупізнаваніших практик.

3 Скайп-інтерв'ю автора з Абделем Барі Атваном, 15 березня 2016 року.

Гілларі Клінтон бачила необхідність створення відділу на кшталт ЦСКО ще 2010 року. Проте, як Аліза Ландес пере-свідчилася, намучившись з АОІ, скрипучі колеса бюрократії обертаються до болю повільно. Державний департамент спочатку зібрав строкату команду фахівців на чолі з Ричардом ЛеБароном, професійним дипломатом, яка працювала без цілісної стратегії, реагуючи на кожен окремих виклик. Команду з цифрових зовнішніх зв'язків (DOT)⁴ вилучили з іншої частини Державного департаменту, де створювали онлайн-відеоролики урядових чиновників, котрі оповідали глядачам про те, як Сполучені Штати добре ставилися до своїх мусульманських громадян, і закріпили за ЛеБароном. Він не був переконаний у їхній ефективності. Нарешті, у вересні 2011 року президент Барак Обама підписав розпорядження Білого дому 13584, яким було офіційно створено ЦСКО.

На той час, однак, ЛеБарон завершував свою кар'єру, а держава потребувала заміни з унікальним набором навичок: від досвіду публічної дипломатії до вільного володіння арабською мовою, усе це мав Фернандес. Посада посла до Екваторіальної Гвінеї не є такою важливою, як очолення ЦСКО, тому він залишив свій пост у Малабо раніше та повернувся до Вашингтона в березні 2012 року. Фернандес був стурбований, що, попри те, що ЛеБарон був чудовим керівником ЦСКО, департамент не виробляє достатнього матеріалів з прямим осудом діяльності екстремістів у цифровому просторі. Він збирався перейти у наступ і команда з цифрових зовнішніх зв'язків мала відігравати центральну роль.

Команда складалася із майже сорока осіб (згодом ця цифра сягне сорока восьми) із широким спектром навичок.

4 Digital Outreach Team.

Бюджет департаменту становив лише п'ять мільйонів доларів на рік, набагато менше, ніж потрібно для ефективної протидії джихадистській пропаганді. Що гірше, дві третини бюджету йшли на зарплати й «комуналку», — по суті, це витрати на підтримку існування бюрократії. Нерозподілені кошти, якими Фернандес розпоряджався на реалізацію антиджихадистських проєктів, становили лише 600–800 тисяч доларів.

Фернандес добре розумівся на непрезентабельних обов'язках урядовця. Він знав, що мусив «годувати» бюрократію, тож так і робив, належно відвідуючи засідання, до яких його працівники готували аналітичні звіти й доповідні записки. Іноді на їхні пропозиції приставали, частіше їх ігнорували. На думку Фернандеса, перед ним постало два виклики.

І першим було обійти бюрократію та зайняти активну позицію на цифровому полі. «Якщо ви тут для боротьби з терористичною пропагандою, то маєте протидіяти їй, а не писати про це доповідні записки, — сказав він мені скайпом. — Немає нічого поганого у консультативній ролі, але ви маєте чинити вплив, а не просто щось писати і відправляти в Білий дім, де на писанину подивляться і нічого не зроблять щодо неї. Марнування часу для всіх сторін»⁵.

Другим викликом було скористатися дрібкою нерозподілених коштів, що перебували у його віданні, і зосередитися на конкретних проєктах. Найважливішою для цього була DOT з її операторами (які твітили та постили контент), редакторами, а також експертами з графіки та відео, які вільно говорили арабською, сомалійською й урду. Це було

5 Розповідь Альберта Фернандеса для цього розділу взято з трьох скайп-інтерв'ю 28 березня 2016 року, 31 жовтня 2016 року та 10 листопада 2016 року.

на початку 2012 року, тоді Ісламська держава ще не поста-ла, більшість джихадистської пропаганди не була аж такою вправною. Вона містила переважно саму пропаганду і хіба дрібку контрнарративів. Проблема полягала не в тому, що Сполучені Штати змагалися з джихадистами і програвали, а в тому, що навіть не змагалися з ними. Однією із засадничих ідей ЦСКО було відвоювати цей віртуальний простір. Дійсно, його девіз «Медіа—це половина битви» саме той підривний підхід, що виснував Абу Мусаба аз-Заркаві з листа Аймана аз-Завахірі⁶. Уїлові Маккантсу і Деніелу Кімеджу із DOT , як сказав мені Фернандес, належала ідея, що ЦСКО мають безпосередньо кидати виклик інтернет-пропаганді джихадистів, — підхід, який Фернандес цілковито підтримував і який завдасть йому серйозних труднощів у майбутньому.

Рік 2012-й виявився не дуже сприятливим для початку місії Фернандеса. Арабомовний Альберто Фернандес опрацьовував величезну кількість арабських медіа, — як традиційних, так і соціальних, і виявив, що проблема громадської дипломатії номер один в арабському світі — це активізація громадянської війни в Сирії. ЦСКО досі не втручався в сирійський конфлікт, позаяк раніше то була громадянська війна, і Сирія не була (ще) осередком тероризму. Проте команда з цифрових зовнішніх зв'язків спостерігала за арабським цифровим простором і помічала, як внутрішнє протистояння створює дедалі сприятливіше середовище для активізації джихадистів на місцях, особливо сирійської франшизи Аль-Каїди, Фронту ан-Нусра,

6 У якому він попереджав, що «ми всі в бою, і понад половина цієї битви точиться на полі бою в маедіа». Див. розділ 10. Див. також «L Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi», 9 липня 2005 року, GlobalSecurity.org, www.globalsecurity.org/security/library/report/2005/zawahiri-zarqawi-letter_9jul2005.htm.

який сформували на початку року для боротьби з силами Асада. Захід звинувачували в ігноруванні побоїща, атмосфера в соціальних мережах ставала щораз токсичнішою, екстремістською і сектантською. Фронт ан-Нусра тим часом проявив себе, як найефективніша повстанська сила в боротьбі з Асадом, і отримував дедалі більшу місцеву підтримку. Фернандес знав, що глибше у крові захлинається Сирія, то впевненіше джихадистські сили, як-от ан-Нусра й Ісламська держава в Іраку (ІДІ) домінуватимуть в арабському просторі соціальних медіа.

Він домігся зустрічі з Робертом Фордом, послом США в Сирії, і повідомив йому, що ЦСКО хоче взятися до поширення послань проти Фронт ан-Нусра. Форд погодився, і протягом 2012–2013 років ЦСКО почав агресивно протистояти Фронту ан-Нусра в цифровому просторі. На відміну від попередніх спроб контрзаходів, Фернандес не був зацікавлений транслювати позитивний імідж Сполучених Штатів або створювати контент про те, якими зарізками були Фронт ан-Нусра. Він знав, що це не спрацює. Натомість Фернандес наказав ЦСКО зосередитися на підкресленні паралелей між жорстоким президентом Сирії Башаром Асадом і джихадистами. «Не замінійте одного тирана іншим», — було основним закликом. Із мінімальним бюджетом команда з цифрових зовнішніх зв'язків заповнила соціальні медіа графікою і відео: дешевими нарізками низької якості. Засадничою ідеєю дискредитації Фронту ан-Нусра було те, що вона суцільно складається з чужинців, яких не обходять інтереси сирійського народу. Одне відео ЦСКО особливо розлютило терористичну групу: «Дратівливі питання до Джабгат ан-Нусра», — було в заголовку. «Сирійці дуже добре знають, хто підтримує їх, їхню революцію та національну

коаліцію. [Це] сирійська коаліція, яку складають сили національної опозиції — люди з Хами, Алеппо, Дар'и, Ідлібу, Дамаска та його околиць, а не найманці Аль-Каїди, у лавах якої — тунісці, лівійці, саудівці, йорданці, іракці й інші, ласі перетворити Сирію на територію своїх розбійних розваг, які вони вже намагалися вчиняти в Іраку, Ємені та Сомалі»⁷.

Проте Фернандес не міг уникнути того, що працював на уряд США. Щодо сирійського конфлікту діяла офіційна політика невтручання та розгорталася національна дискусія щодо того, чи має Вашингтон вжити заходів, аби зупинити бійню, вчинену Асадом. «Протягом усього строку на посту я стикався зі стримами, що накладали на нас політичні рішення, — сказав він мені. — Сирія була однією проблемою. Іншою проблемою було те, що ми не могли критикувати [тодішнього іракського президента Нурі] аль-Малікі [жорстоке сектантство якого відштовхнуло широкий пласт іракців сунітського напрямку] — Подібне дуже ускладнювало нашу роботу». Будучи речником адміністрації Буша, Фернандес спілкувався з арабськими медіа, де його завжди зустрічали питаннями про в'язнів у Гуантанамо та сумнозвісне жорстоке поводження з іракцями у в'язниці Абу-Грейб поблизу Багдада. «Коли ви працюєте на уряд, добре це, чи ні, ви завжди прикуті до його політики», — сказав він.

Успіхи ЦСКО у протистоянні з Фронт ан-Нусра були незначними, команда не могла змагатися за обсягами контенту, який створювало угруповання, але ЦСКО привернули їхню увагу. Це було бодай щось. Команда з цифрових зовнішніх зв'язків провокувала Фронт ан-Нусра, як того й прагнув Фернандес. Проте його робота невдовзі ускладнитися так, як йому й не снилося. Восьмого квітня 2013 року лідер ІДІ,

7 Див. <https://www.youtube.com/watch?v=O6pSAok5lxA>.

Абу Бакр аль-Багдаді, оголосив про злиття ІДІ з Фронтом ан-Нусра для створення Ісламської держави. Мало хто з урядовців тоді серйозно сприйняв цю загрозу. Незабаром після того, як на початку 2014 року угруповання захопило іракське місто Фаллуджа, Обама в славнозвісному коментарі назвав його всього лише «командою молодшої ліги»⁸.

Команда Фернадеса боролася з Ісламською державою в інтернеті до того, як схопилися всі інші. Коли іракські та сирійські угруповання джихадистів об'єдналися, джихадистська пропаганда стала захмарно потужною. Вони зосередилися на соціальних медіа, особливо на Twitter. Твіти, відео й тексти різними мовами, спрямовані на глобальну аудиторію, почали наводнювати соціальні медіа. Настав час підняти на наступний рівень те, що Фернадес назвав «війною наративів».

ЦСКО пішов у наступ проти Ісламської держави, витрачаючи значні обсяги часу та ресурсів на протистояння угрупованню скрізь, де це можливо, у віртуальному просторі. Відділ знову привернув увагу джихадистської групи, і Ісламська держава закликала своїх прихильників у твіттері, так званих «лицарів завантаження»⁹, зробити все, аби витіснити ЦСКО з онлайн-простору. Для Фернадеса це була ще одна маленька перемога. Порівняно з устаткуванням Ісламської держави та їхнім фан-клубом, ресурси Фернадеса були крихітними, проте достатніми, щоб заважати угрупованню.

Фернадес мусив постійно балансувати. Робота на урядову бюрократію стримувала. Забагато нагляду, нескінченних ланцюжків контролю та нестача ресурсів типові

8 Brendan Bordelon, «Clinton Defends Obama's 'JV Team' Label for ISIS», *National Review*, 19 листопада 2015 року.

9 Knights of the Uploading

для всіх урядових відомств, це означало, що ЦСКО мав обмаль стріл у сагайдаку. Та з огляду на роботу, яку вони виконували, команда мала певну свободу. Все транслявали передусім арабською мовою, а це означало, що наразі інші гілки влади не могли розуміти, що робить ЦСКО. Команда з цифрових зовнішніх зв'язків могла бути хай якою конфронтаційною та провокаційною, вступаючи в суперечки, за які їх не похвалили б вищі посадовці, якби могли зрозуміти, що методи ЦСКО не конче «личать» представникам Державного департаменту. Тоді команді вдавалося прошигувати попід радаром.

А потім, 10 червня 2014 року, впав Мосул і відбулася метаморфоза Ісламської держави — «команди молодшої ліги» в уяві Обами — у найпотужнішу терористичну загрозу в світі. Це не стало несподіванкою для Фернадеса, який протягом року спостерігав за еволюцією угруповання. ЦСКО провів екстрену закриту зустріч, на якій команда вирішила відмовитися практично від усіх інших проектів і зосередитися виключно на Ісламській державі. І тепер вони мали повну підтримку керівництва. Щойно обійнявши посаду, Фернадес помітив певне самозаспокоєння в лавах уряду після смерті Усами бен Ладена, домінувало враження, що проблема джихаду пішла на спад. У квітні 2012 року, всього за місяць перебування на посаді, він віддав академічну конференцію у Вашингтоні, де знаний журналіст упевнено заявив, що люди, які спеціалізуються на угрупованнях, штабу Аль-Каїди, стануть непотрібними як, скажімо, кремлінологи далекої «холодної війни».

Та нині департамент перебував під колосальним тиском згори. ЦСКО спонукали відкрито вступити в протистояння з Ісламською державою, проте Державний департамент не виділяв жодних додаткових коштів чи кадрів.

Фернандес мусив викручуватись. На початку липня, на підйомі від триумфу Ісламської держави в Мосулі, її прихильники створили хештег #CalamityWillBefallUS, що спричинило потік антиамериканських, проісламських твітів. «#CalamityWillBefallUS Тобі мало @BarackObama?», затвітив акаунт @abo3meгг, разом зі знімками трун, накритих американськими прапорами, поранених американських солдатів, а також кількома фотографіями бійців Ісламської держави¹⁰. Це було типовим контентом ІД, і цей контент потребував відповіді. «Працюйте з усіх сил», — наказав Фернандес своїй команді. Він мав усього десяток арабомовних колег, але вони наполегливо взялися за хештег, намагаючись його перехопити, гарячково постячи, розміщуючи відео та фотографії що створювали їхні колеги. Наприкінці кампанії вони підсумували, що хештег набрав близько 100 тисяч твітів і продуктивність ЦСКО становила близько 1% від загальної кількості. Рахунок був 99:1.

На перші тижні після падіння Мосула припав zenit пропаганди Ісламської держави, їхні хештеги регулярно збирали понад 100 тисяч твітів. Опісля їхня кількість скоротилася в середньому до 40 тисяч твітів, але масштаби проблеми, з якими зіткнувся ЦСКО, були очевидні. Фернандес не зупинявся і підтримував фокус на арабській мові (за тим — урду, сомалі, а потім англійська). Переважна більшість контенту Ісламська держава продукувала арабською, тож він вирішив змагатися з терористами на їхніх умовах. Проте, як пояснив мені Фернандес, у соціальних мережах вам потрібне підкріплення через підсилювачі та месенджери, а ЦСКО цього не мав.

Знову ж таки, потуга *Homo digitalis* є очевидною: основна гілка уряду наймогутнішої нації у світі просто не

10 <https://twitter.com/hashtag/CalamityWillBefallUS?src=hash>.

витримувала конкуренції з мережею людей, що організовано діяли з напівзруйнованих будівель охопленої війною Сирії чи з підлітками, які сиділи у своїх спальнях, створюючи та поширюючи контент. Лише десять років тому подібний стан справ був немислимий. Від 2014-го до кінця 2015 року, за оцінками Фернандеса, Ісламська держава випустила 1800 відеороликів. Не те, щоб вони усі були хітами, але обсяг матеріалу, розміщений на цих роликах, і кількість людей, яка поширювала їх ними, зробили угруповання, на позір, усюдисущим. «Не йдеться про те, що ми теж випустили 1800 роликів у відповідь, а їхні виявилися ліпшими за наші, — сказав він мені. — Нас просто було менше. Від лютого 2011-го до лютого 2015 року, коли я залишив посаду, ЦСКО випустив всього близько трьохсот відео». Коли ІДІ переїхала в Сирію та стала Ісламською державою, то отримала доступ до величезної онлайн-спільноти — від ісламістів і салафістів до салафістських джихадистів, здатних багатократно примножувати послання Ісламської держави¹¹. Окрім того, існували власні ресурси Ісламської держави. ЦСКО боровся з угрупованням, що мало, за тодішніми даними, 48 офіційних медійних осередків — по одному для кожної самопроголошеної «провінції» (дев'ятнадцять у Сирії й Іраку, сім у Ємені та три в Лівії, і ще кілька у сусідніх країнах), а також ще дев'ять централізовано керованих осередків¹². Персонал Фернандеса налічував менше п'ятдесяти осіб проти, за його підрахунками, близько 90 тисяч твіттер-акаунтів суперника по всьому світі. Неспівмірність вражала.

Департамент не міг змагатися з Ісламською державою

11 Західна Європа й Аравійський півострів — два регіони, де Twitter не найпоширеніший (Саудівська Аравія, скажімо, має найбільшу у світі кількість користувачів у Twitter на душу населення).

12 Charlie Winter and Jordan Bach-Lombardo, «Why ISIS Propaganda Works», Atlantic, 13 лютого 2016 року.

обсягом, тому Фернандес вважав, що вони мали робити контент якомога більш вражаючим. А це означало бути агресивними. В його розумінні, ЦСКО працював в межах «атакуючої промоції». Під керівництвом Фернандеса, на відміну від традиційної практики, ЦСКО у своїх публікаціях розміщував контент не за участю американців, як-от відео, де Обама чи Клінтон засуджували Ісламську державу. Мета полягала у використанні мови Ісламської держави проти неї самої—ЦСКО намагався підважити вплив угруповання, послуговуючись образами та лексикою супротивника. Середовище джихадистів було контркультурною, антиінституційною ареною, де помірковані голоси формальних речників уряду просто потонули би. Фернандес відчував, що єдиним шансом ЦСКО лишалося діяти «нарвано».

У команді ЦСКО, свідомі розколу Близького Сходу за сектантською сунітсько-шиїтською лінією, знали, що привабливість Ісламської держави для сунітів полягала в тому, що ті боролися проти Асада (алавіта, а отже, — послідовника шиїтської гілки ісламу) та шиїтських бойовиків, які мали підтримку Ірану. Головний посил команди полягав у тому, що Ісламська держава загрожувала також і мусульманам-сунітам. Одне відео, випущене лише за два тижні після падіння Мосула, зосереджувалося на бомбардуванні Ісламською державою 2011 року сунітської мечеті Умм-аль-Кура в Багдаді. Відео завершувалося записом речника угруповання, Абу Мухаммада аль-Адані, який погрожував сунітам. Кілька версій цього відео загалом переглянули близько 250 тисяч разів¹³.

Інше відео порівнювало Ісламську державу з режимом Асада, тому що ті й інші вбивали бійців Вільної сирійської

13 <https://www.youtube.com/watch?v=j69ZQIXdfkM>.

армії та цивільних сирійців¹⁴. Знову ж, ідея полягала в тому, щоб показати, що Ісламська держава, далеко не «визволителі» сирійського народу, а такі ж головорізи, що й тиран, який безжалісно їх винищує. Фернандес від початку збагнув, що найменш дієвим матеріалом було те, що він назвав «м'якою» пропагандою, яка просувала ідею, що Сполучені Штати дуже раді мусульманами, які щасливо мешкають у країні. Такий контент найбільше імпонував Білому дому, але, згідно з даними фокус-груп, до нього ставилися найбільш скептично. Фернандес визнає: він найбільше переймався тим, як нагнати страху на супротивників. «Ми намагалися створити враження, ніби були повсюди та звідусіль їм протистояли. Це одне з визначень тролінгу — скидатися в інтернеті більшими, ніж ви є насправді, і всюдисущими, тролячи й твітючи як дітиська-панки. Я прочитав багато книг про протиповстанську діяльність, з яких навчився розуміти противників і вчитися в них. Чому вони використовують саме ці образи, ці слова, і як ми можемо обернути їх на свою користь? І це спрацювало. Акаунти фанатів Ісламської держави почали звинувачувати одне одного в роботі на команду з цифрових зовнішніх зв'язків¹⁵.

Це були класичні негативні програмування та реклама. Найуспішнішим відео, яке випустила група, був ролик із назвою «Ласкаво просимо на землю ІДІЛу» (яке зробив сам Фернандес)¹⁶. Відео було потужним і — як і планував Фернандес — агресивним. «Тікайте, не йдіть у землі ІДІЛу», — стояло на початку, поруч із відеоматеріалами

14 <https://www.youtube.com/watch?v=LN014tx59FU>.

15 Alberto Fernandez, «'Contesting the Space': Adversarial Online Engagement as a Tool for Combating Violent Extremism», *Soundings: An Interdisciplinary Journal* 98, номер 4 (2015): 488–500.

16 <https://www.youtube.com/watch?v=-wmdEFvsY0E>.

ісламських бойовиків, які кидали тіла мертвих мусульман у траншею. «Де можна навчитися корисних для умми [глобальної мусульманської спільноти] умінь. Підриву мечетей! Розп'яттям та розстрілам мусульман!» За цим ішли крупномасштабні кадри мусульман із зав'язаними очима, розп'ятих і розстріляних у потилицю. Показано обезголовлене тіло. «Подорож буде недорогою, бо зворотній квиток вам не знадобиться!»— відео продовжувалося зображеннями кривавих тіл загиблих бійців. В тому відео було все: від вивернутих нутрощів до потужних послань у саркастичному тоні¹⁷. Воно було різке й провокувало агресію, як і хотів Фернандес. Його переглянули близько мільйона разів.

У наших інтерв'ю Фернандес завжди чітко висловлювався щодо найбільшої проблеми, з якою зіткнувся в боротьбі з пропагандою Ісламської держави: факту, що ЦСКО—урядова організація США. Це породжувало дві проблеми.

Першою була бюрократія, яка, за своєю природою, повільна й надмірно централізована. Ба більше, вона по своїй суті реактивна і нестерпно обережна. Вона ніколи не зможе конкурувати з вільним, мережевим характером *Homo digitalis*. «Частина проблеми полягала в тому, що моє бачення урядові видавалося занадто гострим, але було недостатньо гострим для обставин, за яких ми працювали»,— зауважив він. Він міг використовувати сарказм і графічні образи звірств Ісламської держави, але ніколи не міг би конкурувати з відеозаписами угруповання, які транслювали обезголовлення. А відтак, вони хоч і були неприйнятними, проте й настільки шокуючими, що вірусно

17 Дійсно, іноді зображення ЦСКО насильства Ісламської держави були такими графічними, що YouTube їх видаляв. Див., скажімо, <https://www.youtube.com/watch?v=yQqHdMk5rbw>.

поширювалися мережею, чого не могли повторити відео ЦСКО. «Ми сиділи між двома стільцями, — продовжував Фернандес. — Ми були занадто швидкі для Державного департаменту, бюрократичного, несхильного до ризику, орієнтованого на політику попереднього узгодження кожного кроку, і виявилися занадто повільні у полі протистояння. Політика уряду диктувала, що ми могли критикувати Асада, але не того ж таки Аль-Малікі тому, що були державним медіа і мали триматися урядової лінії. Ми не могли, як Росія, публікувати дезінформацію, прикидаючись тими, ким не були». У цьому сенсі кейс ЦСКО також підкреслює слабину демократичних держав порівняно з авторитарними, коли йдеться про війну наративів. Простіше кажучи, демократичні держави мають дотримуватися набору демократичних норм, які ігнорують їхні китайські чи російські колеги.

Друга проблема, яку Фернандес виявив зі своїх фокус-груп, була пов'язана з довірою та лежала в осерді битви між інституціями та *Homo digitalis*. Коли я відправився в центральний Лондон, щоб відвідати Інститут стратегічного діалогу, Мелані Сміт щодо цього висловилася безапеляційно. «Я вважаю, що такий тип протидії не може надходити від урядової структури, — заявила вона. — Офіційне походження послаблює будь-яке послання, яке і так може бути недовірливим, але логотип уряду нівелює навіть дуже сильний контент»¹⁸. Тут ЦСКО зіткнувся з точно такою самою проблемою, як АОІ, проте гостріше. Фернандес знав, що, зі всіх голосів, незадоволений молодий мусульманин в останню чергу прислухався би до уряду США, враховуючи численні злочини на ісламському Близькому Сході, які приписували Штатам, від уторгнення в Ірак 2003 року до катувань ув'язнених

18 Інтерв'ю автора з Мелані Сміт, Лондон, 21 березня 2016 року.

в Абу-Грейбі, утримування без суду в'язнів у Гуантанамо, і очевидну байдужість до масових убивств у Сирії. Як він приречено підсумував: «Усе, що ми робили, мало на собі клеймо Держдепартаменту, — і це нас ослаблювало».

У грудні 2013 року ЦСКО розпочав скромний проект під назвою Think Again, Turn Away («Подумайте ще раз, відверніться»), з яким вони планували увійти в англомовний джихадистський простір. Вони вже бачили, як із виданнями зразка журналу Inspire AQAP відбувається підйом джихадистської пропаганди англійською мовою, і вважали, що цю тенденцію слід розширювати. Відео, як-от «Ласкаво просимо на землю ІДІЛу», були частиною кампанії «Подумайте ще раз, відверніться» і досягнуло успіху. Проте ЦСКО зіткнувся з двома основними проблемами. Перша полягала в тому, що в той час, коли арабський простір був великим, команда з цифрових зовнішніх зв'язків могла в нього заглибитися. Знаючи мову, вони могли дослідити усі закутки джихадистських сайтів і платформ. Проте англомовний джихадистський простір був таким широким і аморфним, що спрямовувати протидію в ньому хоч би з якою точністю було просто неможливо. Ба більше, виникла нова проблема: англійською кожен, від представників Білого дому до CNN, розумів, чим займалася команда з цифрових зовнішніх зв'язків.

«Ми бачили, що ІДІЛ і їхні прихильники переходять на англійську 2013 року, — пояснив Фернандес. — І ми побачили це заздалегідь. Та щойно ви самі почнете працювати англійською, кожен мастак критикувати. Тоді постає питання, чи проходите ви тест Washington Post: чи прийнятні ваші методи для гречного товариства десь у Джорджтауні? Це стає питанням пристойності, смаку, і люди не хочуть,

бачити логотип Державного департаменту на чомусь подібному. Вихід в англomовний простір привернув більше уваги до нашої роботи, і щойно Мосул упав, на нас посипалося: «Чому ІДІЛ і досі має підтримку публіки? Тож ви не лише робите свою справу гостро й агресивно, що є великим ай-яй-яй для урядової структури, вас ще й звинувачують у відсутності результатів».

А тоді підключилися медіа. Усі, від каналів медіахолдингу Atlantic до телевізійних шоу на зразок «Last Week Tonight with John Oliver», розгорнули обговорення, коментуючи (і часто висміюючи) роботу команди з цифрових зовнішніх зв'язків. ЦСКО намагалися налагодити контакт із молодими фанатами Ісламської держави у Лондоні та Парижі, аж раптом усі, від Білому дому до New York Times, втрутилися у цю комунікацію. Тоді в центрі уваги опинився медіа-консенсус і позиція Білого дому, а не переживання відчуженого 18-річного мусульманина. Це була чергова перешкода, з якою Фернандес мусив боротися, а також той факт, що у свідомості світу, який спостерігав ці події, команда з цифрових зовнішніх зв'язків, яка й досі працювала переважно арабською мовою, тепер була синонімом кампанії «Подумайте ще раз, відверніться».

На позір, ЦСКО боровся з міжнародними заголовками, але, по суті, перед ними стояв внутрішній виклик, що є засадничим у війні XXI століття: хто переможе у битві наративів. Команда використовувала контрпослання, намагаючись підірвати пропагандистську лінію Ісламської держави, роблячи в ній пробоїни й указуючи на лицемірство та невідповідності. Утім, те, що їм не вдавалося зробити, — це запустити так само потужний наратив. Ця проблема існувала з двох причин: одна безпосередня, і, хоча спочатку

здається непереборною, теоретично нею можна управляти, інша значно ширша, протидіяти якій майже неможливо.

Перша проблема полягала в тому, що Ісламська держава здобувала глобальну неславу на тлі ряду вражаючих військових успіхів на полі бою. Пропаганда не може існувати як платонівська сутність. Вона потребує певного підґрунтя в реальності. Іноді оповіді такі надумані, аж абсурдні, як от ярлик «фашистська хунта», який намагалася навісити Москва на український уряд.

Проте іноді наративи є потужними. І дійсність така, що 2013 року Ісламська держава завоювала багатомільйонне сирійське місто Ракка, — уперше в новітній історії угруповання штибу Аль-Каїди отримало цілковитий контроль над міською територією. Понад рік по тому вони взяли Мосул — друге за величиною місто Іраку. Ці успіхи дали угрупованню змогу просувати в інтернеті тріумфальний наратив, підкріплений великою кількістю відеоматеріалів і зображень, що спричиняли майже неспинну інерцію. Команда з цифрових зовнішніх зв'язків, навпаки, може сказати мало за допомогою відповіді. На відміну від Росії, вона не могла заперечувати або винаходити нову реальність. А лише могла би продовжувати висвітлювати жорстокість групи проти інших мусульман, проте не могла спростувати онлайн-поширення фанатів Ісламської держави. Як мені розповідав Фернандес: «Пропаганда ІДІЛу завжди була витонченою і відполірованою, але причиною того, чого вона сягнула в червні 2014 року, було те, що вона була прив'язана до надзвичайних подій на землі. ІДІЛ узяв третю частину Іраку й узяв Мосул і, здається, був нестримним, хоч куди рушав, а ми мусили протидіяти цьому словами та відео? Нас, по суті, закликали робити цеглу з соломи. Це було смішно».

Мосул також показав, що посилення та глобальне поширення перемог Ісламської держави були такі само важливі, як і самі перемоги. Наступними місяцями, після падіння Мосула, вербування стрімко зросло. Та позаяк ця проблема прив'язана до подій на землі, то зрештою була керованою. Те, що існує на землі, можливо перемогти на землі. І це підтвердилося. Починаючи з гарячих днів середини 2014 року, Ісламська держава зазнала низки поразок, які спричинили втрату більшості територій, які вона колись зайняла. Навесні й улітку 2017 року іракські сили безпеки, які підтримували американські повітряні удари та курдські війська, просунулися на Мосул, зрештою взявши місто. Як наслідок, «розповідь про перемогу» Ісламської держави давно відступила.

Однак пропаганда групи залишається (хоч і не на рівні 2014 року). Цей факт вказує на повторювану тему, що також лежить в основі війни XXI століття: військовий вимір, події на фізичному полі бою вже не є самостійною найважливішою ареною конфлікту. Від України та Гази до Іраку та Сирії ясно, що фізичні та віртуальні бої безпосередньо впливають один на одного так, що нині межі між ними стираються. І саме так Ісламська держава розуміє війну. Як зауважує Барі Атван, у період розквіту група використовувала онлайн-пропаганду, щоб тероризувати ворога та схилити тамтешнє населення до поступливості. Її здатність виробляти велику кількість військової пропаганди з поля, як вона це колись робила, відступила. Та замість дати змогу присутності в інтернеті засихати й умирати, група просто змінила свій фокус.

Експерт Ісламської держави Чарлі Вінтер зазначає, що донедавна пропаганда групи мала чітко ностальгічний тон. «Халіфат продовжуватиме існувати попри те, що

відбувається на місці, — сказав він мені. — Проте він існуватиме радше як віртуальний міф, аніж будь-що інше. Вони мають величезні архіви відеоматеріалів, які зараз зосереджено на тому, як працює бюрократія, та на цивільному боці життя в халіфаті, щоб вони могли сказати через кілька років: “Ось яким це було”. Якщо колись вони й утратять більше території, то зможуть указувати своїм прихильникам на цей віртуальний живий архів своїх минулих подвигів¹⁹. Ісламська держава продовжуватиме програвати у воєнному сенсі, але фізичне поле вже не є найважливішою ареною війни. Група та її віртуальний халіфат існуватимуть і далі.

Другою проблемою, з якою ЦСКО стикається у протистоянні нарративам Ісламської держави, було не так спростування розповіді групи про успіх, а неможливість запропонувати достоту потужний контрнарратив у відповідь. «Подумайте ще раз, відверніться», як впливає з назви, було негативним нарративом, який закликав людей — особливо молодих і позбавлених смислу життя — не робити чогось. Окрім цього, була багатогранна природа пропаганди Ісламської держави, яка підштовхнула високо стилізоване ультранасильство, спрямоване на зверненні до молодих і розчарованих, пропонуючи їм шанс узяти участь у найдраматичнішому занятті: війні. І вони робили це дуже професійно, імітуючи культурні стежки та стилі західної культури. Емерсон Т. Брукінг і П. В. Сингер посилаються на роботу Хав'єра Лесаки, вченого в департаменті медіа та міжнародних відносин в Університеті Джорджа Вашингтона, який вивчив 1300 пропагандистських відео з Ісламської держави. Він виявив, що 20% з них були безпосередньо натхненні західними розвагами, зокрема популярними відеоіграми, як-от

19 Скайп-інтерв'ю автора з Чарлі Вінтером, 24 листопада 2016 року.

Call of Duty і Grand Theft Auto, а також голлівудськими фільмами, як-от «Американський снайпер»²⁰.

Разом із цим було позитивне бачення халіфату, який надихнув Софі здійснити подорож з Парижа до Ракки. Подібно до того, як група пропагувала ультранасильство в голлівудському стилі, вона так само пропагувала свою державотворчу історію. Відео, як-от «Вітання Ісламської держави із землі халіфи», що зобразило дітей, які роздають солодощі в мечеті, показали «м'якіший» бік халіфату. Видатним у просуванні цього нарративу можна назвати відео із серії «Mujatweets» із Ісламської держави, де зображено сцени, починаючи від озброєного бойовика, який відвідує хворих в ісламській державній лікарні, до екскурсій ринком Ракки, що висвітлюють продукцію близько та в яскравих барвах. Усе це призначене, щоб апелювати до позитивних емоцій у людей, викликати прагнення бути частиною чогось більшого, ніж вони самі, і прагнення допомогти своїм ближнім-мусульманам. Приїжджайте до Сирії і станьте героєм, або залишіться в Парижі й роз'їжджайте на таксі. Як мені прямо сказав Фернандес: «Ми витрачаємо час на те, щоб казати людям, чого їм не робити. ІДІЛ, тим часом, сказав їм узяти під контроль їхнє життя, приєднатися до них і вдаватися до певних заходів. Існував тільки один переможець».

Ба більше, розповідь Ісламської держави ідеально поєднується з тисячолітнім духом ХХІ століття. Сьогодні ті, кому двадцять з гаком, досягли повноліття після Великої рецесії 2008 року: їхні перспективи роботи похмури, а майбутнє невизначене. На порубіжжі століть також спостерігаємо втрату довіри до великих інституцій Заходу: від

20 Emerson T. Brooking and P. W. Singer, «War Goes Viral: How Social Media Is Being Weaponized Across the World», Atlantic, листопад 2016.

політичного та фінансового сектору до преси. Як Сміт, яка приблизно того самого віку, сказала мені: «Моє покоління втратило довіру до авторитету, а поширюється істерія навколо того, щоб бути мілленіалом. Вам постійно розповідають, що не зможете робити те, що хочете, чи знайти відповідну роботу. Коли я дивлюся на своїх друзів, то деякі [не маючи перспектив знайти гідну роботу] подаються в трирічну мандрівку, а інші працюють у дитячих будинках тощо»²¹.

У цій загальній міазмі зараз процвітають демагоги і контркультурні рухи всіх мастей. І Ісламська держава, і російська пропаганда, і альт-лівий і альт-правий зі своїми елементами антисемітизму й ісламофобії, використовують цей клімат. Новий президент Америки Доналд Трамп — це постать, навколо якої зібралися альт-праві. Він допоміг втілити їхню екстремістську ідеологію. Джеремі Корбін, представник лівих, очолює головну опозиційну партію Великої Британії. Повстання проти створення «еліт», які століттями керували Заходом, штурмують Європу та Північну Америку. Це чудово збіглося з появою соціальних медіа, які згладжують медіа-простір і надають цим різним екстремістським акторам більшої, ніж будь-коли, здатності проектувати владу та підривати західні інститути. *Ното digitalis*, як і соціальні медіа, є силою як для добрих, так і для злих, революційна сила, яка може кинути виклик наративам урядів і політичним діячам від Вашингтона до Лондона. У цьому сенсі Ісламська держава є лише однією частиною більшої реальності.

І це реальність, яку група захопила хитрістю та сміливістю. Як сказав Фернандес: «Люди хочуть ототожнюватися з чимось, і важко ототожнюватися з дискредитованими

21 Інтерв'ю автора з Мелані Сміт, Лондон, 21 березня 2016 року.

установами. Потім іде “первозданна” організація, яку сприймають як щирі й автентичні. Наративи ІДІЛу надають певні культурні, емоційні задоволення, вони випускають ендорфіни, надихають певним чином. Якщо все навколо вас буде дискредитовано, то вам буде складно з цим щось вдіяти. Відсутність віри в культурі Заходу заважає нам винайти альтернативний позитивний наратив. Нами, вочевидь, рухає “ніщо”, — а протидіяти за допомогою “нічого” неможливо».

Ісламська держава також зачепила важливе питання відповідальності. Коли Фернандес дивився на простір соціальних медіа, то бачив його платформи, найбільше Twitter, який використовують для поширення терористичної пропаганди. Ці простори фактично були озброєнням групи. Кожен твіт за Ісламську державу, кожне відео, яке завантажили на YouTube або запостили на Facebook, має потенціал, щоб направити вразливу молоду людину або жінку на шлях до радикалізації. Якщо ця особа пізніше здійснила подорож до Сирії та брала участь у звірствах угруповання — від сексуального рабства язидських жінок до знеголовлення мусульман-шиїтів або сунітських інакодумців, — тоді виникало запитання: чи винні ці платформи? Без соціальних медіа Ісламська держава — ще одна зграя джихадистів-убивць (хоча й дуже успішних). Проте озброєна соціальними медіа, група стала світовим брендом. Уряд США програвав наративну війну з ряду причин, але без соціальних медіа не було би жодної війни наративів для боротьби або, принаймні, не з таким потенціалом.

Ісламська держава змогла на свою користь використати чотири речі. Перша — лібертаріанський світогляд, закладений в основоположні принципи компаній соціальних медіа. Поява Web 2.0 несе в собі ідею, що простори соціальних

медіа мають бути аренами, де користувачі можуть виробляти те, що хочуть (у межах закону), а свобода слова є недоторканою. Як відзначає Тарлтон Гіллеспі, головний дослідник Microsoft Research у Новій Англії, слово «платформа» має кілька тлумачень англійською мовою, і разом вони пропонують «прогресивну й егалітарну домовленість, піднімаючи тих, хто стоїть на ній». Сам Хінтон і Лариса Хьорт коментують: «Щодо додатків Web 2.0, як-от YouTube, Facebook або Twitter, цей термін говорить про те, що роль компанії є неупередженою— вони там лише для забезпечення платформи, яку можуть використовувати користувачі, і їх сприйматимуть як рівних»²².

Друга—це передумова, через яку люди реєструються на платформах, як-от Facebook і Twitter, і тому в інтересах компаній підтримувати це. Якби вони впровадили занадто багато цензур, то могли би втратити користувачів— те, що соціальні медіа-компанії не можуть зробити з тієї простої причини: вони не є неупередженими. Це капіталістичні підприємства, тобто мають заробляти гроші. Це друга перевага Ісламської держави. Facebook і Twitter, як і будь-який інший бізнес, мають «продукт» для продажу, і цей продукт є його користувачами, які генерують дохід від реклами й онлайн-звички яких можна відстежити й монетизувати. Вони, можливо й мають лібертаріанське світосприйняття, проте їхній комерційний імператив страждає від усього, що може вигнати людей з їхніх платформ, навіть тих, хто просуває ідеї джихадистів. А лобістська влада, притаманна Twitter і Facebook (вони мають більшу владу, ніж багато країн), що є, по суті, панівною, робить завдання протидіяти їм значно складнішим.

22 Sam Hinton and Larissa Hjorth, «Understanding Social Media» (London: Sage, 2013), 27 (цитата з Gillespie).

Третя перевага, яку мала Ісламська держава, полягала в тому, що уряд США ділиться цим лібертаріанським світоглядом за умовчанням. Вона також про те, що соціальні медіа мають бути відносно неконтрольованими, особливо тому, що цензура інтернету пов'язана з автократичними державами, як-от Іран і Китай. Сполучені Штати, навпаки, мають першу поправку в Конституції. Фернандес зауважив, що державну позицію можна підсумувати (цілком розумним) кліше: відповіддю на поганий наратив має бути гарний наратив. Ця позиція притаманна й американським правоохоронним органам і розвідці, які дотримувалися думки, що ліпше залишити цей матеріал, щоб за ним можна було спостерігати. Хто ретвітів і поділяв джихадистську пропаганду, — було спірним, але існувала думка, що це може допомогти цим установам знайти потенційних чи майбутніх джихадистів. Була розмова про те, що зусилля варто сфокусувати на недопусканні фактичного тероризму, а не на тому, щоб перейматися твітами. Війна наративів просто не була привілейованою аж так, як прагнув Фернандес.

Останньою перевагою, яку вона мала, були традиційні медіа — ще одне велике розчарування для ЦСКО. Позаяк соціальні медіа-платформи повстали, щоб красти рекламні доходи в традиційної преси і телебачення, тому ці установи стали ще відчайдушнішими в пошуках кліків і акцій. І для них Ісламська держава — терористична група Technicolor — була і є джерелом історій, які неминуче привертають увагу великої аудиторії. Подібно до того, як Ісламська держава використовує західну культурну гегемонію проти Заходу, вона також використовує цикл основних медіа новин проти себе. Як і Доналд Трамп чи Кім Кардаш'ян, ІДІЛ — це бізнес-репортер, він робить речі,

лише щоб бути в новинах. Розповіді, які вони публікують про створення власної валюти — ісламського динара, або введення паспорта Ісламської держави — ініціативи, які ніколи не втілили та, мабуть, ніколи їх і не планували. Щоб традиційні медіа були зайняті виробництвом масової інформації, можна було залучити аудиторію, вони застосовують дедалі екзотичніші способи вбивати людей — від обезголовлення до принесення в жертву. Та навіть у цьому їхня стратегія зрозуміла. Відео про відтинання голови американському журналістові Стівену Сотлофа уривають перед самим актом обезголовлення. Група, безперечно, знала, що жодне із засобів масової інформації не транслюватиме відео, якщо ролик міститиме цей акт. Ісламська держава розуміє західні медіа і також їх озброює.

Позаяк група втратила свої позиції на Близькому Сході, то все більше орієнтується на напади за кордоном, особливо на Заході. 22 березня 2016 року Ісламська держава здійснила скоординоване потрійне бомбардування в столиці Бельгії, Брюсселі, під час якого загинуло тридцять дві цивільні особи і було поранено понад триста осіб. Незабаром після нападу вони взяли на себе відповідальність за дію у програмі зашифрованих повідомлень Telegram. Повідомлення Ісламської держави опублікували в медіа по всьому світі, позаяк дуже охочі до резонансних глобальних подій (ІД зумисно з цією метою надіслала повідомлення англійською мовою). Тож ці засоби масової інформації стали трансляторами пропаганди групи, повторюючи їхню лінію майже дослівно. Страх щодо угруповання зростав, а разом із ним і вдавана могутність. Група використовувала західні медіа проти самого Заходу²³. Для Фернандеса це, на

23 Для повнішого обговорення див. Charlie Winter, «ISIS Is Using the Media Against Itself», Atlantic, 23 березня 2016 року.

жаль, невідворотно. Коли він сказав мені: «Як я знаю звідтоді, коли був офіцером преси в Державному департаменті, то в 24-годинному циклі новин просто треба нагодувати звіра».

Той факт, що Ісламська держава та її шанувальники до дня нападу в Брюсселі штурмували Twitter, а світ безпечних програм обміну повідомленнями, як Telegram, був результатом тиску, якого не могли витримати навіть гіганти соціальних медіа. Ключовим елементом у розвитку цього тиску стало обезголовлення американського журналіста Джеймса Фолі 19 серпня 2014 року. Тут був американець, якого публічно вбили в драматичному відео з високим виробничим значенням. Жодне терористичне вбивство однієї особи ніколи не викликало такого глобального обурення. Кожен— від світових лідерів до користувачів Twitter— був схвилюваний, багато відмовлялися від того, щоб твітити чи ділитися цим відео. Тиск виявився занадто великим, і великі компанії соціальних медіа почали блокувати акаунти й забирати це відео. Тільки розвідувальний підрозділ Державного департаменту контролював усунення сорока п'яти тисяч одиниць упродовж 2014 року²⁴.

Тим часом Фернандес вирішив, що цього достатньо. Білий дім провів рік, пливучи за течією, і був збентежений, замість реалізувати стратегію Фернандеса, яку він запропонував, щоб зробити ЦСКО більшою, постійною та цілодобовою операцією. Йому було прикро через настрої людей, із якими він працював. Такі люди, як Бен Роудс, заступник радника з питань стратегічних комунікацій у сфері національної безпеки, перетворилися, як вважав Фернандес,

24 Abdel Bari Atwan, «Islamic State: The Digital Caliphate» (Oakland, University of California Press, 2015), 11.

з прихильників на скептиків важкої роботи, яку робила ЦСКО. Там було занадто багато драми та зворотних ударів. Фернандесу запропонували залишитися на посаді в Південній Америці, але восени 2014 року він вирішив піти на пенсію після 32 років служби, що й зробив 2 травня 2015 року. Це було полегшення.

Фернандес завжди вірив, і досі вірить, що противникові можна кидати виклик безпосередньо в просторі соціальних медіа. Він уважав, що уряд США мусив робити це 24/7, публікувати більше матеріалів і працювати з очевидцями. Та, зрештою, влада вирішила взагалі не практикувати прямих повідомлень. ЦСКО за Фернандеса спробував усе можливе та домогся деяких успіхів, утім, цього було недостатньо.

Наприкінці 2015 року, через кілька місяців після того, як Фернандес залишив свій пост, перед незалежною групою експертів із Кремнієвої долини поставили завдання переглянути роботу ЦСКО²⁵. Наступник Фернандеса протримався лише кілька місяців, і в департаменті запанував хаос. Група подякувала за зусилля Державного департаменту щодо залучення до пропагандистської кампанії проти Ісламської Держави союзників із Близького Сходу, зокрема, до розширення матеріалів від відступників групи, які майже завжди мали вражаючий досвід. Проте він поставив під сумнів, чи «взагалі варто уряд США залучати до відкритої передачі повідомлень». Це мало свою логіку стосовно того, що Вашингтон не мав довіри до міжнародної мусульманської аудиторії, а її зашифрованих повідомлень теж було недостатньо, аби зупинити приєднання до Ісламської

25 Greg Miller, «Panel Casts Doubt on U.S. Propaganda Efforts Against ISIS», Washington Post, 2 грудня 2015 року.

держави²⁶. Білий дім погодився, що уряд не має довіри і безпосереднє залучення терористів та їхніх фанатів зміцнює їхню позицію, а отже, форму легітимності. Крім того, проект обміну повідомленнями англійською мовою їх збентежив. Тож ухвалили рішення працювати виключно через очевидців.

Захед Аманулла з Інституту стратегічного діалогу був категоричним щодо цього питання, коли я зустрівся з ним у Лондоні. «Більшість урядів тепер усвідомлюють, що не можуть бути посланцями, і розуміють різницю між контр-і альтернативними наративами та що останні—набагато ефективніші,—зауважив він.—Уряди мають підштовхувати альтернативні—різні—бачення, щоб відвернути людей від радикалізації. Молодь загалом відчужена, особливо мусульмани. Тому альтернативне бачення має резонувати, і для цього вам потрібні месенджери: люди з мусульманської спільноти мають спрямовувати це відчуження у політичному напрямку, поки воно не насильницьке. Тільки люди із громад, які постраждали, можуть це зробити, і вони потребують супроводу та навчання—і уряд не має це ігнорувати»²⁷.

Як зауважив Алек Росс, уряд США міг би вийти і сказати: «Сонце зійшло на сході й сіло на заході». Проте частина світу цьому не повірила б»²⁸. За Фернадеса концепції не втрачали ніколи. Він розумів, що у США є питання довіри; як він зауважив, «найправдивіший зміст, який мав би найбільшу ймовірність резонувати»,—це свідчення та розповіді про тих, хто ліпше знає Ісламську державу: відпускників, репатріантів, жертв сунітських мусульман і членів

26 Там само.

27 Інтерв'ю автора з Захедом Амануллом, 22 березня 2016 року.

28 Інтерв'ю автора з Алеком Россом, Балтимор, 26 червня 2015 року.

їхніх родин»²⁹. Фернандес також ліпше за будь-кого розумів проблеми, притаманні роботі в урядовій структурі. «Уряд завжди набагато бюрократичний, повільніший і налаштований уникати ризику, на відміну від терористичних груп, — сказав він. — Повстанський характер тероризму робить вас швидшими й не такими ризикованими, тому ви терористи».

Однак так само Фернандес вважав, що не існує жодної срібної кулі для боротьби з Ісламською державою і успішна стратегія потребуватиме багатьох елементів, зокрема й свідчень очевидців, і — що дуже важливо — перебування в просторі. Так само, як Пітер Лернер визнав: якщо АОІ відсутня в соціальних мережах, це означатиме передання цього простору ворогові. Фернандес вважає так само. «Хтось мусить бути в цьому просторі, — сказав він мені. — Ви не можете відмовитися від цієї роботи лише тому, що не бажаєте забруднити руки».

29 A Revolutionary Message, Cipher Brief (блог), 9 березня 2016 року.

ВИСНОВОК

Ця книжка формувалася в розпал війни ХХІ століття. Мої враження від неї, безпосередні й глибокі, в снігах і морозах сходу України, вселили бажання зрозуміти природу сучасного конфлікту. Як вона змінилася і чому? І що це означатиме у найближчі роки для світу, який стає щораз нестабільнішим? В Україні я усвідомив, що нові інформаційні технології змінюють практично всі аспекти війни, які я бачив навколо себе — від поля бою до кіберпростору. З цього розуміння розпочалася моя подорож, яка перенесла мене на кілька континентів, аби розповісти історії людей у центрі трьох конфліктів. Ці люди, кожен по-своєму, втілюють зміни, які соціальних медіа спричиняють у веденні сучасної війни.

Я виявив, що ці технології, хоч і пропонують значні можливості, усе ж наражають на великі ризики. Мій досвід, отриманий в Україні, а також риторика в соціальних медіа стосовно війни Ізраїлю і ХАМАСу 2014 року та угруповання Ісламської держави, породжують відчуття, що в кожному випадку дійові особи з обох сторін вивільняють сили, контролювати які незабаром може стати дуже

складно. Що більше Москва просувала наратив про переслідування російськомовного населення «фашистською хунтою», то більше її онлайн-прихильники закликали Кремль розчавити українського ворога. Що більше кривавих образів публікували з Гази, то більше людей закликали ХАМАС винищити ізраїльтян. І група підтримки, яка супроводжувала початкове повстання Ісламської держави в Іраку, спонукала угруповання виробляти все більш екстремальний контент, з усе більш садистськими публічними вбивствами, щоб удовольнити спрагу своїх прихильників і з'явитися в новинах.

Напередодні Першої світової війни не всі державні діячі уявляли потугу руйнівної сили, яку їхні дії спровокували б, але опиратися тискові з боку власного населення, що після вбивства ерцгерцога Франца Фердинанда вимагало військових кроків, стало майже неможливо. Ситуація, що її допустили державці, перетворила саму ідею «відійти від краю прірви» на зриму загрозу їхнім тронам й адміністраціям. Небезпечна імовірність, що одного дня держави, Росія чи Іран, або терористичні угруповання, ХАМАС чи Ісламська держава, опиняться в заручниках власної агресивної риторики, стала тривожно реальною. Підсилені соціальними медіа, голоси їхніх прихильників можуть стати неконтрольованими. Якщо це станеться, можуть виникнути передумови світової війни, подібні до тих, що призвели до катастрофічних наслідків 1914 року.

В останнє десятиліття відбулася еволюція соціальних медіа-платформ, яка перетворила нішеві проекти — Facebook спочатку був невеликим мережевим сайтом, створеним для єдиного університету, — на глобальні інформаційні платформи масового користування. Це перетворення «озброїло» людей настільки, що раніше це здавалось

немислимим: простий смартфон тепер відкриває світ інформації. Потенціал отримати освіту і право голосу, для тих, хто раніше був позбавлений можливості висловитись, особливо в часи війни, ніколи не був більшим. Так само уряди тепер можуть дедалі частіше використовувати ті самі технології для контролю і для маніпулювання власним населенням. Держави відстежують антиурядові рухи, як це зробив іранський режим під час Зеленої революції 2009 року, а Росія використовує соціальні медіа як інструмент поширення дезінформації — невід'ємної частини військової доктрини XXI століття.

Web 2.0 уможливив вироблення контенту і формування транснаціональних мереж: він створив Homo digitalis. В цьому криється неунікна суперечність, яку Сем Хінтон і Лариса Хьорт виклали у книзі «Розуміння соціальних медіа». З одного боку, стверджують вони, новітній інтернет «обіцяє користувачам розширення прав і можливостей, підтримуючи нову модель медійного виробництва (і споживання), яка позбавляє домінування монопольного виробництва. З іншого боку, це загрожує контролем і колонізацією соціального життя користувачів. Таким чином, Web 2.0 є протиріччям: одночасно чимось, що підсилює, і чимось, що експлуатує, платформою контролю і свободи. Цей парадокс і протистояння лежать в основі соціальних медіа»¹. Приємно розглядати соціальні медіа й інтернет загалом, як «питомо демократичний чи визвольний засіб через те, яким чином вони підсилюють окремих осіб і підривають старі монополії та системи влади»². Але дуже важливо пам'ятати про цей парадокс.

1 Sam Hinton and Larissa Hjorth, «Understanding Social Media» (Лондон: Sage, 2013), 22–23.

2 Там само.

Саме підсилення особистості — породження Homo digitalis — лежить в основі конфлікту XXI століття. Його вплив від Гази до України, до Сирії, я сподіваюся, ясно прочитується. Більше того, виникла парадоксальна сила, що віддзеркалює структурну напруженість Web 2.0. Як дитина має ДНК своїх батьків, Homo digitalis має в собі ДНК свого творця. Гіпермережеві індивідууми є передусім маніхейськими, відповідальними як за добро, так і за зло, більше того, процеси, які це уможливлюють, є лише двома сторонами однієї медалі. Мережі існують у серці соціальних медіа, вони неминуче як доцентрові, так і відцентрові, об'єднують людей і розмежовують їх із раніше неможливими швидкістю і масштабами. Гомофілія погано впливає на нашу інформаційну екосистему, і це дає поштовх війні. І Ісламська держава, і Кремль хочуть, щоб їхні прихильники були огорнуті їхніми інформаційними бульбашками. Підтримувані крапельним розповсюдженням інформації через прибуткові алгоритми капіталістичних соцмереж, їхні облікові записи у Твіттері та Фейсбуці стають ареною ідеологічного підкріплення: проросійські сепаратисти і не думали збивати МН17, а халіфат Ісламської держави — рай на землі. Фоловери та френди — одностайні, поєднанні інформацією, підбраною алгоритмами для їхніх стрічок новин, витісняють голоси опонентів. Таким чином вони згуртовані, але й ізольовані від людей з іншими поглядами. Це породжує взаємне нерозуміння і ненависть.

Соціальним медіа не лише властива дуальність, а й здатність дестабілізувати як добрих, так і лихих. Перехід впливу від ієрархій до окремих осіб і мереж індивідів підсилює раніше позбавлених влади часто за рахунок тих, хто зосереджував практично весь уплив. Уряди опиняються під пильнішим наглядом, поведінка солдатів на полі бою

досліджується ретельніше, ніж будь-коли. Але це все також має негативну сторону, яку зараз усвідомлюють на найвищих рівнях. Коли Алек Росс розповідав про свою роботу головним радником із питань інновацій держсекретаря Гілларі Клінтон, він розказав мені про те, що вона добре усвідомлює темний бік нових інформаційних технологій.

Її відповідь на WikiLeaks [була показовою]. Клінтон була дуже роздратована, вона обурювалася крадіжкою 253 тисяч кабелів... WikiLeaks продемонстрували, як речі можуть бути використані проти вас... Пам'ятаю, що я пояснював їй, як навіть із нашими вражаючими можливостями в різних департаментах і уряді ми були абсолютно безсилі. Я думаю, що їй було огидно, що купка хакерів другого ешелону зі Скандинавії, або хто-зна звідки, можуть діяти проти інтересів наймогутнішої країни світу.

Реакція Клінтон підтверджує, що соціальні медіа можуть загрожувати державі і насправді є антидержавними. Це працює на двох рівнях. Перший—пряма загроза, яку створюють мережі для ієрархії. Виникнення Homo digitalis означає, що АОІ не може зупинити Фару, Агентству національної безпеки не до снаги прикрити WikiLeaks, і ЦСКО не може заблокувати Ісламську державу. Більше того, децентралізація інформаційних потоків, які колись контролювалися майже виключно державами та державними засобами масової інформації, особливо в часи війни, означає, що уряди менш здатні нав'язувати санкціоновані державою наративи про події. Військові більше не можуть запросто прикривати злочини, тирані не здатні так безкарно нищити свій власний народ. Тепер New York Times не може заперечувати історичного існування великої жорстокості, як це було зі штучно створеним голодомором Сталіна 1932–1933 років в Україні, який забрав мільйони життів.

Також надзвичайно важливою є загроза соціальних медіа для ідеї національної держави, концепції, якої, можливо анахронічно, ми досі дотримуємося. У цьому сенсі йдеться вже не про дестабілізацію, а про силу хаосу. Соціальні медіа створюють мережі, які за своєю природою будуються не довкола архітектури певної держави. Вони транснаціональні, і їм байдуже до кордонів чи націоналізму. У цьому сенсі вони одночасно підживлюють і посилюють глобальну тенденцію, яка в деяких частинах світу порушує міжнародний порядок. Марі Калдор асоціює «нові війни» зі «слабкістю держави» і «політикою екстремістської ідентичності»³. Я сам спостерігав в Україні, як слабкість держави дозволила Росії анексувати Крим без жодного пострілу, як багато російськомовних відкидали державу Україну на користь самоідентифікації по лінії мови та етнічної приналежності. Ісламська держава, тим часом, скористалася зруйнованим після 2003 року Іраком і Сирією, яка була виснажена громадянською війною, щоб проникнути на їхні території і встановити там свою владу. Руйнування ідеї національної держави на користь транснаціонального халіфату — мета Ісламської держави. Дійсно, у 2014 році група зробила велике шоу, фізично руйнуючи структури, що позначають кордон між Іраком і Сирією. Неважливо, чи іноземні бійці, яких вона набирає, приїдуть із Франції, Сполученого Королівства чи Сполучених Штатів. Щойно вони приєднуються до Ісламської держави, вони стають мусульманами-сунітами, всі інші ідентичності розчиняються.

Як зазначає Еміль Симпсон, у центрі ширших змін у сучасному конфлікті спостерігається розмивання меж

3 Mary Kaldor, «New and Old Wars: Organised Violence in a Global Era», 3-тє видання (Лондон: Polity, 2013), лок. 81–82.

між війною і миром. Соціальні медіа руйнують старий порядок трьома способами: часом, простором і методом. Розмивається початок і кінець війни, позаяк інформаційний вимір конфлікту може розгорнутися задовго до активних боїв і триватиме після завершення бойових операцій. В Україні та Ізраїлі / Палестині, де локальні бойові дії перманентно тривають, їхнім результатом є майже вічний конфлікт, що лежить у площині між війною і миром. З точки зору простору, соціальні медіа досягають людей за межами поля битви, захоплюють ширшу аудиторію, ніж це було можливо раніше.

Центральну роль у зміні методу відіграє ідея, що військові операції можуть стати формою інформаційної діяльності і переслідувати радше політичні, а не конкретні військові результати. На війні у традиційному розумінні, інформаційні операції підтримують військові дії на полі бою, але сьогодні військові операції все частіше сприймають як підтримку інформаційних операцій. Війна й досі ведеться військовими засобами, але акцент лише на батальні практики нівелюється, як нівелюється і їхня ефективність. Ізраїль бомбардував Газу і захопив її із людськими жертвами, але він «програв» війну 2014 року. Операція «Захисна стіна» мала чітку військову мету: боротьба з тунельною загрозою, джерелом якої є сектор Гази, і відвернення ракетних обстрілів. Але насправді війна була набагато масштабнішою

У Газі насильство, хоча й жахливе, не набуло великого розмаху. ХАМАС нескінченно випускав ракети по Ізраїлю, знаючи, що більшість із них буде збита протиракетною системою АОІ «Залізний купол». Між тим, Ізраїль напав на Газу без найменшого наміру знищити ХАМАС (що він міг би легко зробити) і примусити до політичного врегулювання

ситуації, яке б, нарешті, завершило конфлікт між двома сторонами. Парадигма війни Клаузевіца вже майже не діє. Крило соціальних медіа прес-служби АОІ заповонила твіттер інформацією про використання ХАМАСом живих щитів, тоді як чиновники ХАМАСу і звичайні палестинці, зокрема Фара, писали і розміщували фотографії загиблих від повітряних ударів Ізраїлю дітей. Відтак війна стала фізичним проявом зіткнення наративів.

Певною мірою усі війни є зіткненням наративів, але ця сторінка була настільки видатною у війні в Газі, що стала майже виставою, яку розігрували для глядачів. І ця аудиторія не була, як у традиційній війні, «ворожим населенням», що потребувала «переконливого» примусу. Глядачами був увесь світ, який, завдяки соціальним медіа, міг стежити за діями в реальному часі і більш детально, ніж будь-коли раніше. Головним чином, операція «Захисна стіна» підважила традиційну парадигму війни: це була інформаційна війна на полі бою. Це був гладіаторський бій, війна як політичний театр: справжній постмодерний конфлікт.

У цьому сенсі, як тільки зменшилася тунельна загроза (хоч і не була знищена) і ракетні обстріли припинилися (хоч і не повністю), визначення перемоги в конфлікті у Газі полягало в сприйнятті конфлікту аудиторією далеко за межами Ізраїлю і Палестини. Глобальна спільнота, особливо в Європі та Сполучених Штатах, була головною складовою обох таборів, тому багато хто вважає, що Ізраїль програв війну, незважаючи на однозначну військову перемогу АОІ на місцях. Британський журналіст Джон Сноу, який висвітлював війну зсередини сектору Гази, був різким у формулюваннях. «Ізраїльтяни, безсумнівно, програли війну, — сказав він. — Я взагалі не вірю, що вони взагалі зможуть повторити що-небудь подібне ще раз через світову

реакцію на їхні дії, яку, на мою думку, було зрозуміло висвітлено в соціальних медіа»⁴. Сноу міг таке сказати, бо операція «Захисна стіна» не була війною, що мала на меті політичний результат, а була політичним інструментом сама по собі, для якого перемога в площині наративів була вкрай важливою складовою. Наративи були більш важливі, ніж танки.

Як зазначає Калдор, найбільш успішними у війнах нового типу є ті, хто здатен «уникнути бою і контролювати територію через політичний контроль над населенням»⁵. Ізраїль не був здатен досягти жодних результатів. Відтак був вимушений виходити на поле бою і в очах світу поставав у не вигідному світлі. Операція «Захисна стіна» є прикладом того, як у конфлікті XXI століття можна достеменно виграти на полі бою, але програти ширшу війну. І навпаки, з 2014 року Росія анексувала Крим і дестабілізувала схід України. Але вона не оголосила війни і не визнає офіційної присутності військ в Україні. Що насправді відбувається в Україні—це конфлікт «сірої зони»: більше, ніж мир, але менше, ніж війна. Вона досягла успіху, тому що розуміє нові реалії війни. Так само, як метою британських солдатів в Афганістані було не перемогти талібів, а переконати місцеве населення не приєднуватися до них, мета Росії в Україні—не перемогти українську армію, а переконати українців на сході, що Київ їх цькує і що їх єдина надія на порятунок полягає в Москві та її агентах⁶.

Війна Клаузевіца поступається на арені конфліктів тому, що Симпсон називає «примусовою комунікацією», починаючи від використання фінансових санкцій і до політичного

4 Скайп-інтерв'ю автора з Джоном Сноу, 15 січня 2015 року.

5 Kaldor, «New and Old Wars», лок. 358.

6 Інтерв'ю автора з Емілем Сімпсоном, 19 листопада 2014 року.

заохочення політики екстремістської ідентичності⁷. Це регресивно і небезпечно. Децентралізація західного ідеалу конфлікту від організованих національних армій, які борються за національну державу, повертається до більш ранніх, хаотичніших форм війни. Тут те, що численні учасники, часто розпорошені, борються або за «племінну» ідентичність, або за фінансову вигоду (велика частина доходів Ісламської держави походить від продажу награваних реліквій і викраденої нафти) була нормою. Це іронія війни XXI століття: найновіші інформаційні технології створили зворотний шлях у майбутнє.

Конфлікти сірих зон і озброєна політика розмили межі між війною і миром і це небезпечно. Коли ви не хочете перемогти свого ворога і примушуєте його до переговорів, то де є кінець війни і початок миру? Сьогодні «Талібан» усе ще існує, і триває боротьба щодо припинення вступу в їхні ряди афганців. Чи означає це, що досі триває війна Афганістану 2001 року, що називається у Сполучених Штатах операцією «Нескорена свобода»? Відповідь незрозуміла, і саме в цьому річ. Аксиома «Ви не укладаєте мир із вашими ворогами, а укладаєте його з вашими переможеними ворогами» повторюється так часто, як загальновідома істина. Але як ви можете укласти мир, якщо не прагнете перемогти ворога на полі бою? Альтернативно, як ви можете укласти мир, коли ваш ворог не зацікавлений у мирі? Як ви можете побороти Ісламську державу, коли її вимоги такі, що їх неможливо задовольнити? І як ви можете перемогти її, якщо, незважаючи на хай які великі військові втрати, халіфат житиме віртуально?

7 IISS, «Neither War Nor Peace: Why the Information Revolution Makes 'Forever Wars' a New Normal», 26 листопада 2014 року, <https://www.youtube.com/watch?v=OAR34uz3plE&feature=youtu.be&list=UUYygnNuT1lq2neh6Fu6rP4Q>.

Західні держави та їхні інституції зараз відстають у конфлікті XXI століття. ЦСКО намагався з усіх сил боротися з наративами Ісламської держави, але його фундаментальною проблемою ніколи не була відсутність ресурсів (хоча вони були дуже важливими), а сама природа Ісламської держави. Як Чарлі Вінтер та Йорданія Бах-Ломбардо зазначили: «Уряди все ще відіграють важливу роль у комунікаційних битвах з Ісламською державою. Але вони повинні змінити свою первинну інформаційну діяльність і скерувати її від прямих комунікацій до гнучкої підтримки та довіри місцевим дійовим особам, аби ті трансливали посили від власного імені, — модель, що нагадує ту, яку використовує Ісламська держава»⁸. По суті, вам потрібен Homo digitalis для боротьби з Homo digitalis. Навіть народження Militia digitalis, яка повністю охопила соціальні медіа, було недостатньо, щоб АОІ перемогла в операції «Захисна стіна». Це пояснюється тим, що Армія оборони Ізраїлю є «запльованою», оскільки є державною структурою.

Знову ж таки, перехід від ієрархій до окремих осіб та мереж індивідуумів зрозумілий. Мережеві фрілансери, незалежні від уряду, можуть озброїтись соціальними медіа, щоб боротися зі своїми незмінними ворогами. Тут є показовим випадок Еліота Гіггінса. Будучи мережевою та адаптованою до соціальних медіа людиною, він виявився набагато ефективнішим у розвінчуванні російської пропаганди і зміг робити це більш публічно і швидше, ніж розвідувальні служби по всьому світу. Підхід Гіггінса — своєрідна ніша, але досі практикувався лише кількома людьми. Використання дифузної, належним чином фінансованої мережі ста або п'ятиста Гіггінсів для посилення і трансляції

8 Charlie Winter and Jordan Bach-Lombardo, «Why ISIS Propaganda Works», Atlantic, 13 лютого 2016 року.

повідомлень проти Ісламської держави або для протидії дезінформації Росії мало б набагато більше шансів досягти успіху, ніж централізована бюрократія. Алек Росс дуже влучно сказав: «Хороші ідеї вмирають в ієрархії. Соціальні медіа не улягають бюрократичним процесам, які підривають ефективність дипломатичних установ». Поки це не сталось, держави продовжують програвати нарративні війни громадянським журналістам, таким як Фара, тролям, як Віталій, і Ісламській державі. Роздуті бюрократії, що противляться ризикам і не мають довіри громадян, ніколи не переможуть найбільше мережеве терористичне угруповання в історії. Зловмисники розуміють, що в епоху соціальних медіа кожен є телеведучим, або фандрейзером, або пропагандистом. Ми живемо в епоху віртуального масового призову, і це добре видно з кількості жінок, які зараз грають певну роль у війні. Homo digitalis озброєний для найгірших цілей. Уряди все ще відстають, і якщо вони не зміняться, то не наздоженуть ніколи.

Тим часом світ стає дедалі нестабільнішим і зараз більше, ніж будь-коли, виглядає, що він котиться до подій, подібних, до 1914 року.

Я знову звертаюся до слів генерала Джеймса «Скаженого пса» Маттіса, який заперечив роль «інтелектуалів, які сьогодні повсюди стверджують, що природа війни принципово змінилася», і заявив, що «Александр Македонський не був би збентежений ворогом, із яким ми зараз стикаємося в Іраку».⁹ Він мав рацію, але лише до певної міри. Попри значні досягнення в озброєнні, фізичне поле бою загалом таке саме: солдати все ще стріляють у солдатів, артилерія обстрілює на землі, а літаки бомблять з повітря.

9 Geoffrey Ingersoll, «General James 'Mad Dog' Mattis Email About Being 'Too Busy to Read' Is a Must-Read», Business Insider, 9 травня 2013 року.

Але контекст, в якому ведуться війни, змінився назавжди. Розмиття межі між війною і політикою настало в той час, коли політика стала більш нестабільною, ніж будь-коли дотепер — значною мірою через соціальні медіа. Твіти Доналда Трампа під час виборів президента США мали можливість домінувати над новинними випусками. Такого не могло б відбутися в період до соціальних медіа. Складні думки, які вимагають контексту, не знаходять свого місця на більшості платформ соціальних медіа¹⁰. Ці платформи теж винагороджують повторення, надмірність і, з огляду на їх особистісну природу, словесний конфлікт. Ці теми були вирішальними в успішній кампанії Доналда Трампа. Висловлювання медіа-теоретика Маршалла МакЛухана «середовище є повідомленням» ніколи не було більш доречним.

Наше інформаційне середовище нездорове. Ми живемо в світі, де факти менш важливі, ніж наративи, де люди скоріше грають на емоціях, ніж ведуть дебати, і де алгоритми формують наш світогляд. Я знову повертаюся до рішення Оксфордських словників назвати «постправду» словом 2016 року, відзначаючи нашу еру як таку, в якій «об'єктивні факти менш впливають на формування громадської думки, ніж на емоції та особисті переконання». Соціальні медіа тепер є джерелом новин № 1 для молодих людей у Сполучених Штатах, більш значним, ніж телебачення та газети¹¹. Як у Сполученому Королівстві, так і у Сполучених Штатах, громадські мовники повинні дотримуватися керівних принципів щодо балансу й неупередженості. Такого регулювання соціальних медіа не існує

10 Joe Weisenthal, «Donald Trump, the First President of Our Post- Literate Age», Bloomberg View, 29 листопада 2016 року.

11 Скайп-інтерв'ю автора з Ніколасом Райтом, 1 липня 2016 року.

і шкода від цього є очевидною. Фейки тепер обсідають нас звідусіль і жодна інституція, незалежно від того, наскільки вона велика, не застрахована від колапсу. На початку 2017 року ВВС, найбільший у світі державний телеканал, оголосив, що створює постійну команду Reality Check, аби «перевіряти факти і розвінчувати хибні історії і те, що, замасковане під справжні новини, аби свідомо вводити в оману»¹². Reality Check також матиме підтримку команди, зусилля якої спрямовуватимуться на викриття фальшивих історій в соціальних мережах.¹³

Facebook, який назвали платформкою, найбільш сприятливою для поширення фальшивих історій (часто задля генерування рекламних доходів від кліків), теж давав можливість користувачам постити фальшиві історії, достовірність яких згодом оцінюватимуть певні організації, зокрема FullFact або Snopes¹⁴. Потреба в цьому нагальна. 23 грудня 2016 року міністр оборони Пакистану, Хаваджа Мухаммад Асиф, публічно у Твіттері погрожував Ізраїлю ядерним ударом у відповідь на неправдиву статтю, опубліковану на сайті awdnews.com¹⁵.

Світ ери постправди породив лідерів періоду постправди: від Владіміра Путіна, який може перекручувати реальність на сході України, до Доналда Трампа, який може брехати про величину натовпу під час його інавгурації, коли існують докази, що суперечать його твердженням і задокументовані у відео, до якого всі мають доступ. Ці два чоловіки залишаються дуже різними—один диктатор по

12 Jasper Jackson, «BBC Sets Up Team to Debunk Fake News», Guardian, 12 січня 2017 року.

13 Там само.

14 Amber Jamieson, Olivia Solon, «Facebook to Begin Flagging Fake News in Response to Mounting Criticism», Guardian, 15 грудня 2016 року.

15 Russell Goldman, «Reading Fake News, Pakistani Minister Directs Nuclear Threat at Israel», New York Times, 24 грудня 2016 року.

суті у всьому, що він робить, а другий скеровує наймогутнішу демократію в світі, але в обох випадках мета та ж сама: не вивертати правду по-старому, як це раніше робили політики, а підірвати саме поняття правди і посіяти сумнів щодо існування об'єктивної істини взагалі.

У цьому сенсі ця книжка містить ще одного персонажа: мене і багатьох інших, як я, — журналістів. Тепер кожен може бути транслятором, але не кожен може стати журналістом. Більшості бракує інструментів: від навичок розслідування до знань про те, як перевіряти інформацію і навіть засадничої здібності до письма. Більше того, небагато хто зацікавлений бути журналістами, люди просто хочуть поширити свою версію подій. У цьому сенсі кожен, від Фари Бейкер і Пітера Лернера до Владіміра Путіна та Доналда Трампа, є ще однією потенційною загрозою для нашого інформаційного середовища, загрозою для професійних журналістів, яким потрібно захищатися більше ніж будь-коли в історії.

І ніколи це не потрібно більше, ніж у воєнний час. Як і Еліот Гігінс, журналісти тепер повинні вміти інтерпретувати величезну кількість даних, що надходять з конфліктних зон, і, на відміну від Гігінса, роблять це не в комфорті своїх будинків, а у гарячих точках. Соціальні медіа породили *Номо digitalis*, вони створили Еліота Гігінса. Але оскільки розширення можливостей індивідів є ядром цих процесів, неunikним є те, що вони породять ще дещо: журналіста *Номо digitalis*, військового кореспондента XXI століття. Зараз це явище виникає на полях бою, де журналісти використовують ті ж інструменти, за допомогою яких продукують обман у воєнний час, для того, аби розвінчати цей обман. Найважливішим є те, як ці інструменти використовуються. Соціальні медіа підживлюють життя журналістів

на місцях. Вони працює як карта і як радіо: дають можливість репортерам «бачити» інші частини зони конфлікту і «чути» те, що там говорять. Це допомагає подавати достовірні дані з зон конфлікту, дані, які хтось, як Гігінс, може використовувати для отримання більш глобальної картини. Журналісти ХХІ століття потрібні для того, щоб розповісти про війни ХХІ століття.

Як бачимо, світ 2017 року підозріло схожий на світ на порозі 1914 року. Масові потоки міграції і сумні наслідки постійно в стрічках новин. Ми розглядаємо глобалізацію як новий феномен, але з середини ХІХ століття до 1914 року близько шістдесяті мільйонів людей покинули Європу в пошуках кращих економічних перспектив у таких країнах, як Сполучені Штати, Канада та Австралія¹⁶. Згодом, так само, як зараз, нові інформаційні технології (наприклад, телеграф і телефон) розширили глобальну взаємопов'язаність¹⁷. У доповіді у *Washington Post* Джош Фейнман, головний глобальний економіст компанії *Deutsche Asset Management*, заявив, що «перша велика хвиля глобалізації, яка відбулася за півстоліття до Першої світової війни, теж спричинила популістські настрої, і, зрештою, переросла в катаклізми 1914–1945 років»¹⁸.

Від Трампа в Сполучених Штатах до популістської кампанії Брекситу, де Сполучене Королівство виходить з Європейського Союзу, від популістської лівої партії Сиріза, яка керує Грецією, до піднесення ультраправого французького політика Марін Ле Пен і до жорстокого (і майже напевно божевільного) президента Філіппін Родріго Дюртте, популісти знову домінують в міжнародній

16 Ana Swanson, «The World Today Looks Ominously Like It Did Before World War I», *Washington Post*, 29 грудня 2016 року.

17 Там само.

18 Там само.

політиці. Як зазначає Фейнман, політичні діячі ще до 1914 року ввели квоти на імміграцію і запровадили торговельні тарифи — це ж робить Доналд Трамп сьогодні. Паралелі не точні, але, як вважає Фейнман: «Сучасну глобалізацію підштовхнули певні сили, які впливали і на епоху до Першої світової війни: нові технології, відкрита, вільна торгівля, світова економічна система, заснована на правилах і підкріплена провідною силою сьогодення та періодом загального миру між провідними країнами»¹⁹.

Ніщо з цього не віщує, що світ перебуває на межі третьої світової війни. Але кілька тенденцій як у військовій практиці, так і в політиці, підсилені соціальними медіа, створили глобальне середовище, що сприяє широкомасштабному конфлікту більше, ніж у будь-який період після 1945 року. Коли новий президент США посилається на НАТО, військовий альянс, який допоміг зберегти світ мирним, як на «щось застаріле», коли російський президент кинув виклик священному закону повоєнного порядку і викрав частину сусідньої країни, коли на Близькому Сході постійні війни і заворушення, ступінь яких не спостерігався майже століття, коли розчаровані верстви населення та безпринципні демагоги дискредитували майже всі основні інституції Заходу, які є надзвичайно важливими для збереження повоєнного ліберального світу, очевидно, небезпека є майже реальною. На це варто зважати. Будь-яка масова міждержавна війна в ядерному столітті призведе до руйнувань, яких ще не бачив світ. І цього разу історія повториться, вже не як фарс, а як ще більша трагедія.

19 Там само.

П20 Дейвид Патрикаракос. Війна у 140 знаках.

Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті/
Переклад з англійської Ірини Рудько. — Київ: Yakaboo
Publishing, 2019. — 352 стор.

ISBN 978–617–7544–18–9

Навесні 2014 року британський журналіст Дейвид Патрикаракос потрапив на війну нового типу у місці, де світ конфліктів старого типу остаточно поступився новому світові: в Україні. Саме тут він зрозумів, що природа конфліктів змінилася: як пише автор, можливо, важливішою є перемога у війні слів та наративів, аніж те, хто має найпотужнішу зброю, кордони між політикою та війною ніколи не були такими розмитими, а політика — такою нестабільною. Патрикаракос здолав тисячі кілометрів трьох континентів, щоб описати, як *Homo digitalis* по-новому визначає конфлікт нашої епохи. Він пише про війну Ізраїлю 2014 року проти ХАМАСу, архетипову асиметричну війну XXI століття, яка штовхає державу у протистояння з недержавним суб'єктом, про російсько-українську війну, про те, як Ісламська держава використовує соціальні медіа для радикалізації та вербування. Так ця книжка стала «інтимним і детальним портретом війни XXI століття, а також людей і технологій, які її видозмінюють».

УДК 327.8:07|(100)

Наукове-популярне видання

Дейвид Патрикаракос
Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті

Переклад з англійської Ірини Рудько

Літературна редакторка
Світлана Андрющенко

Коректорки
Ярослава Паньків, Наталія Скосарьова

Дизайн і макетування
Юрія Барабаша

Фото на обкладинці
Дмитра Муравського

Дизайн обкладинки
Олександри Гребенюк

Відповідальна за випуск
Катерина Деспаті

Підписано до друку 04.06.2019 р.

Формат 60×90/16

Гарнітура Swift Pro, DenHaag Narrow
Друк офсетний.

Наклад 2500 прим.
Зам. № 0474

Видавець: ТОВ «Якабу паблішинг».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
ДК №5243
від 08.11.2016
www.yakaboo.ua
тел. (044) 225-05-05

Надруковано ТОВ «Український газетний синдикат»
07403, Київська область, м. Бровари, вул. С. Москаленка, 16-Б
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №6604 від
05.02.2019 р.



Дейвид Патрикаракос — британський репортер та письменник, дописує переважно з країн Близького Сходу, України та Росії. Дейвид є позаштатним редактором і дописувачем у Daily Beast та дописувач у Politico. Виступав на тему політики в епоху пост-правди на конференції TEDx. Репортажі, статті та аналітичні матеріали Дейвида публікують Financial Times, New York Times, Wall Street Journal, Reuters, The Guardian. Автор книжки про ядерну програму Ірану Nuclear Iran: the Birth of an Atomic State.

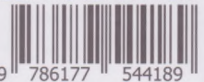
Працюючи в гарячих точках Східної Європи та Близького Сходу, Дейвид Патрикаракос у своїх репортажах не обмежується описами місць, які відвідує, людей, з якими зустрічається, і ситуацій, з якими стикається у пошуках зв'язків, що окреслюють новітню форму війни. Допитливо, вдумливо, чудово написана книжка, для кожного з нас. Хочемо цього чи ні, але всі ми вже у кібер-траншеях нової глобальної війни, тож мусимо навчитися воювати і жити в створеному цією війною світі.

Сергій Плохій, історик, професор Гарвардського університету, директор Українського наукового інституту Гарвардського університету, автор книжок «Ялта. Ціна миру», «Брама Європи. Історія України від скіфських воєн до незалежності», «Козацький міф. Історія та націєтворення в епоху імперій»

Попри те, як насправді розгортаються обставини на місцях, армія оперативників XXI століття постала для формування та маніпулювання громадським сприйняттям конфліктів. У надзвичайно важливій і своєчасній подорожі автор Дейвид Патрикаракос досліджує наш світ і риторично запитує: «Якщо бомба розірвалася десь у селищі і ніхто цього не затвітив, то чи дійсно це сталося?». «Війна у 140 знаках» наповнена інсайтами журналістських років, Дейвид вміло простежує переплетення інформації та бойових дій, а також те, що цей перетин означає для майбутнього нашого світу.

Марк Гудмен, автор бестселера New York Times «Злочини майбутнього»

ISBN 978-617-7544-189



9 786177 544189