

Дмитро Кулеба

ВІЙНА ЗА РЕАЛЬНІСТЬ

Як перемогати у світі фейків,
правд і спільнот

д'книгопаа/ КНТв/ 2019

[Купить книгу на сайті kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

ЗМІСТ

<i>Вступ у війну</i>	15
<i>Словник</i>	22
1. СПИРАТИСЯ НА РЕАЛЬНІСТЬ	33
<i>Комунікація народжує світ</i>	34
<i>Інтернет – Бог</i>	66
<i>Реальність і як її захищати</i>	92
2. КРИТИЧНО МИСЛИТИ	131
<i>Сентиментальна програмована машина</i>	132
<i>Лазідна маргіналізація</i>	149
3. КЕРУВАТИ ЕМОЦІЯМИ	175
<i>Дофамін рулить</i>	176
<i>Лента за лентою новини подавай</i>	196
<i>Фейк-менеджмент</i>	214
4. ВІДЧУВАТИ СПІЛЬНОТУ	237
<i>Чужої аудиторії не буває</i>	238
<i>Пароль: ПЗРК-ЛСД-ЗП</i>	256
<i>Надлюдська спільнота</i>	286
5. ВЗАЄМОДІЯТИ З ДЕРЖАВОЮ	307
<i>Третя світова комунікативна</i>	308
<i>«Без его. Без придурків. Без примадонн»</i>	329
<i>Епілог. Ефект Бабченка</i>	355
<i>Подяки</i>	365
<i>Примітки</i>	367
<i>Про автора</i>	383

[>>>](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайті kniga.biz.ua

тихо тече струмочок

знаєш а це ж він

нам промиває мізки

Ігор Гусев, український художник ХХІ ст.

Розум сам собі господар і в собі

Може створити з пекла рай і пекло з раю

Джон Мілтон, англійський поет ХVІІ ст.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

ВСТУП У ВІЙНУ



**"Південмаш" назвав статтю NYT
щодо ракет провокацією**

**У всіх сусідів кращий
мобільний інтернет, ніж в
України**

**В ОАЕ створили правила
дорожнього руху для безпілотних
авто**

Із цих заголовків усе й почалося. Одного дня я натрапив на них у стрічці відомого онлайн-видання. Там було й чимало інших новин про чергові «зради» в реформах та боротьбі з корупцією в Україні. Стрічка так ними рясніла, що запам'ятовувалося лише загальне враження — усе вкрай погано.

Жорсткий світ комунікацій навчив мене чотирьох «НЕ»: не дивуватися нічому, не вірити в інформацію з першого погляду, не брати все близько до серця й не поспішати з оцінками. Тому ані ці новини, ані їх бурхливе обговорення в моїй стрічці у фейсбуці нічого в мені не зворушили. Це був просто черговий день щоденного інформаційного пекла.

[>>>](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайті kniga.biz.ua

На той момент я вже рік як займався класичною дипломатією. Я був вільний від безперервного занурення у світ війни за реальність. Завдяки цьому я міг із достатньої фізичної та емоційної відстані озирнутися на вчора, поспостерігати за сьогодні й подумати про завтра. І саме того дня, саме завдяки тим новинам усе зійшлося до купи.

Дивлячись на них, я думав про те, як ці новини сприймають люди, котрі не знають, як і з чого робиться комунікація. Чи розуміє споживач інформації, що:

- статтю в *The New York Times* із припущенням, нібито Україна допомагала Північній Кореї розробляти заборонені ракети, за класичною схемою використовують як зброю проти України у світовій комунікативній війні? Припущення авторів публікації не підтвердилися, чого й слід було очікувати. Але поки це з'ясувалося, хвиля звинувачень і підозр прокотилася як всередині нашої держави, так і за її межами. До того ж не факт, що ті, кому потрапило на очі звинувачення, надруковане в солідній газеті, прочитали й спростування;
- медіа свідомо обирають негативні заголовки для новин? За даними того самого джерела, попри низьку якість мобільного інтернету, Україна має швидкий широкосмуговий інтернет, кращий, ніж у деяких сусідів. Але, як це повсюдно відбувається в медіапросторі, перевагу здобула негативна інформація. Позитив же зазначили в підзаголовку, до якого багато людей не доходять, обмежуючись читанням першого рядка;
- безперервний потік «зради» чинить руйнівний вплив на те, як людина сприймає реальність? Як наслідок — членів суспільства одного за одним поглинає депресія,

і їхня комунікація обмежується лише нею. У такому стані вони стають легкою поживою для маніпуляцій — особливо під час виборів;

- сучасні комунікативні технології дали державам, політикам, компаніям, громадським організаціям, лідерам суспільної думки й терористам безпрецедентно потужні можливості впливати на переконання, емоції та вибір людини? Правила протидії цьому впливу, що відбувається тут і зараз, нині куди важливіші для нашої безпеки, ніж, скажімо, правила руху для безпілотних автомобілів, які поступово починають ставати для нас чимось звичним.

Кожне запитання породжувало кілька нових, а вони — ще більше запитань. На деякі з них я знав відповіді. Що ж до інших знав лише, де шукати. Книжка назрівала. На шляху до її появи залишалася головна перешкода — лінощі. Той факт, що ви зараз читаете ці рядки, дивує мене. Але це свідчить, що я таки переміг самого себе.

Кажу об'єктивно:

це дуже суб'єктивна книжка.

У її основі — мій власний досвід. Я здобував його, коли допомагав із комунікаціями політикам, бізнесменам, митцям та державі. Мої клієнти були дуже різними, але всі вони стикалися з однаковими проблемами й вели одні й ті самі війни. Просто кожен у своїй сфері.

Вирішальним моментом стала агресія Росії проти України. Вона повернула мене на державну службу до Міністерства закордонних справ. І подарувала, без перебільшення, унікальний досвід.

Я дуже хотів би здобути його за інших обставин. Хотів би, щоб це не моя країна відчайдушно воювала з ворогом. Але сталося як сталося.

[>>>](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайті kniga.biz.ua

Читаючи, ви невдовзі зауважите, що одна з наскрізних ідей книжки — необхідність дерадикалізації суспільних настроїв в Україні інструментами комунікації. Зокрема, ми будемо говорити про те, як налагоджувати діалог між спільнотами. І як не «вестися» на теми, що нас роз'єднують.

«З таким мирним настроєм війну не виграти!» — заперечить хтось. Я ж наполягаю: перемогти зовнішнього агресора можна, лише цілісно мобілізувавши внутрішні сили.

Наш радикалізм має бути спрямовано не всередину, а назовні. І лише проти загрози, що становить життєву небезпеку для України. А внутрішня радикалізація нашого суспільства, його фрагментація й занурення у стан «зради» — воєнні цілі Росії.

Читаючи мої свідчення про події 2014–2015 років, ви зможете зазирнути за лаштунки держави, яка воювала за своє виживання. По тексті розкидано різні епізоди з того періоду. Вони демонструють, із чого та як створювалася частина політики, що зрештою допомогла країні вистояти в момент найсильнішого удару.

Я також додав чимало історій інших людей та результатів досліджень, але намагався не переборщити. Адже вам ніколи читати занадто довгі непрактичні книжки.

Висновки науковців важливі. За нас воюють, використовуючи комунікативні фішки. І ми вже не уявляємо свого життя без них. Вони існують завдяки дослідженням психології, нейрофізіології, робототехніки, штучного інтелекту та інших сфер. Саме там закодовані відповіді на більшість запитань.

За допомогою комунікацій наше життя розігнали до шаленої швидкості. Ми ледь встигаємо ковтати терабайти ін-

формації. Вони безперервно бомбардують нас звідусіль, а ми розганяємо їх далі.

Нам рідко вдається якось осмислено впорядкувати їх, щоб зрозуміти, куди нас намагаються скерувати. Адже якщо вони нас бомбардують, значить, це комусь потрібно. Ці «хтось» добре відомі: компанії, політики, громадські організації, держави й кожен, хто зацікавлений нав'язати нам певні переконання та емоції.

Якщо в нас немає цілісної картини, це спрощує атаки на нас і зовнішнє управління нами. Я прагну дати узагальнене уявлення про налаштування щоденної комунікативної війни за реальність. А вона — хочемо ми це визнавати чи ні — стосується кожного.

Лукава народна мудрість *«У кожного своя правда»* стала базовою зброєю цієї війни. А популярне бентежне запитання *«Кому вірити?»* — її результатом.

У світі занадто багато не лише брехні, а й версій правди. У цій множинності єдина правда, що заслуговує на вашу підтримку, необов'язково буде посередині, рівновіддалено від усіх інших (ще одна поширена, але хибна думка).

Правда перебуває десь між фейками та іншими правдами.

І я дуже хочу, щоб ця книжка допомогла вам знайти цю точку опори.

Для цього пропоную свої п'ять перевірених правил організації ефективного самозахисту і, в разі потреби, переходу в контрнаступ:

1. Спиратися на реальність.
2. Критично мислити.
3. Керувати емоціями.
4. Відчувати спільноту.
5. Взаємодіяти з державою.

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

Наприкінці кожного розділу ви знайдете рубрику «Що робити?». У ній — лаконічні рекомендації щодо ключових кроків, які варто здійснити, щоб застосовувати ці правила в щоденному житті.

П'ять правил варто опанувати, щоб через комунікації вас не спіткало дещо справді кепське — втрата людської подоби і здатності робити усвідомлений вибір.

Звісно, перша реакція кожної людини — сподівання, що погане може трапитися з будь-ким, але не з нею. Проте слушно сказано, що «сподівання не є дієвою військовою доктриною»¹. Щоб уникнути поганого сценарію, нам треба знати правила і вміти застосовувати їх у житті.

Ці правила універсальні, оскільки немає жодної принципової різниці між засадами та механікою міжлюдських, комерційних чи державних комунікацій. Усі ми одними комунікаціями мазані. Те саме стосується війни в будь-якому її прояві та базових здатностей людини.

Кожен із нас впливає та зазнає впливу. Кожен із нас є потенційним нападником, захисником або жертвою комунікативної війни. Кожен із нас сам обирає свою роль. Тож цю книжку сконструйовано таким чином, щоб ви могли прочитати її як людина, яка і споживає, і комунікує інформацію. Наприклад, коли просто коментуєте чи поширюєте дописи в соцмережах або коли фахово працюєте у сфері комунікацій.

У нашому світі смартфонів та відкритих знань професіонал і аматор мають рівнозначний потенціал участі у війні за реальність. Хоч би ким ви були, дві речі варто запам'ятати твердо:

**треба вміти воювати за мир; дія і бездіяльність людини —
рівнозначні за силою внески у війну.**

Добрий чи поганий цей внесок — залежить від конкретних обставин і механіки процесу. Цю книжку написано, щоб допомогти вам зрозуміти механіку й обставини війни. Щоб ви, керуючись правилами, навчилися робити добрий внесок, захищатися й перемагати у війнах за самих себе та за спільноти, до яких належите: сім'ю, коло друзів, групу в соцмережі, компанію, державу тощо.

Мій та чужий досвід, дослідження науковців і спостереження вдумливих експертів мають дещо спільне. Усі вони допомагали мені зрозуміти, що відбувається, йти вперед, формувати ефективні настанови для роботи та життя і не боятися ухвалювати на їх основі цікаві (й часто важкі) рішення.

Сподіваюся, ця книжка допомагатиме небайдужому читачеві робити те саме. У світі, де нашу свідомість невинно атакують зусбіч, кожен може зробити крок уперед, змінити щось на краще та перетворити пекло на рай.

Безумовно, можна й лишитися байдужими, пережувати й виплюнути будь-яке знання без жодної користі для організму чи довкілля. І дозволити пеклу взяти гору. Це модна схема нашого світу, що підкуповує обіцянкою невимовної легкості буття. Але тоді не треба нарікати, що нами маніпулюють, позбавляють нас свободи вибору, а світ довкола перетворюється на матрицю.

Утім, маю виправдати закиди колег і друзів у тому, що я не-виправний оптиміст. Тому розпочну з таких цілком щирих слів:

Ви на війні за реальність. Але все буде добре.

Якщо ви боротиметеся.

*Дмитро Кулеба,
Страсбург (Франція), 2018*

СЛОВНИК*

Війна за реальність — це комунікативна війна, що ведеться шляхом формування цінностей, переконань та емоцій людей і здійснення впливу на них.

Загалом війна є найвищим ступенем протистояння в будь-якій сфері життя з метою змінити реальність у трьох просторах: фізичному (земля, вода, небо), когнітивному (уявлення людини про себе, інших та світ загалом) і віртуальному.

Особливість віртуального простору в тому, що він надає можливості впливу і у фізичному, і в когнітивному просторах. Онлайн можна хакнути програмне забезпечення атомної станції чи персональні дані людей, зруйнувати критичну інфраструктуру, розташовану на землі, у воді або в повітрі. І так само тут можна вполювати душу й мозок людини.

Комунікативна війна триває безперервно і стосується кожного в буквальному сенсі. Стороною може бути будь-хто охочий поборотися за наші уявлення про реальність, за наш вибір на дільниці для голосування, в особистому житті та в крамниці.

На наступних сторінках ви не побачите терміна «інформаційна війна». Він занадто вузький, щоб пояснити суть того, що відбувається. Так чи інакше все крутиться довкола інформації. Але не обмежується нею.

* Усі терміни вживаються в такому значенні лише в контексті книжки й не претендують на універсальну об'єктивність.

Ніхто не скасовував слова класика теорії комунікацій Джеймса Кері: *«Величезний масив, що постає перед читачем, є не чистою інформацією, а відображенням сил, які протистоять одна одній у світі»*⁷.

Просто закидати одне одного інформацією? Суть не в цьому. І війну так не виграєш. Воюють не інформацією, а баченнями світу, світоглядними концепціями, міфами про народи та товари, зашитими у складні комунікативні стратегії й тактики.

Інформація — це зброя на війні й, за певних обставин, мета війни, а не сама війна. Тому це не інформаційна, а комунікативна війна.

Георгій Почепцов — крутий дослідник комунікацій. Він також наголошує на відмінності між інформаційним і комунікативним просторами. У центрі першого — дані, у центрі другого — сенси.

Перекладаючи науку людською мовою: викрадення персональних даних або використання їх без згоди власника відбувається в інформаційному просторі; розробка політичної реклами на основі цих даних та показ її власнику даних у фейсбуці з метою вплинути на його вибір на дільниці для голосування — у комунікативному.

*«Саме в комунікативному просторі відбувається битва цивілізацій, культурні війни і таке інше... Комунікативний простір бореться за увагу споживача, оскільки інформації сьогодні більш ніж потрібно, оскільки людина вже фізіологічно не здатна її охопити»*⁸.

Письменниця й публіцистка Оксана Забужко каже про агресію Росії проти України, що *«це війна, яка іде за те, хто продасть світові правдивішу і переконливішу історію»*⁹. Вона має на увазі якраз війну за реальність.

Ще одна епічна битва науковців точиться довкола визначення спільного й відмінного між термінами «комунікаційний» та «комунікативний»⁵. Перший описує шляхи передавання інформації (медіа, інтернет тощо), а другий — суть інформації (мова, сенси, образи).

Тому комунікаційна війна — це коли соцмережі проти телебачення або сарафанне радіо проти медіа. А комунікативна — коли «Україна — це Європа» проти «руський мір» або реформатори проти корупціонерів.

Комунікатор — той, хто комунікує та організовує комунікацію.

Контент — це зміст медіа, інформація, що вони її нам надають. Це може бути текст, звук, зображення або відео.

Медіа — це інформаційний посередник між людиною та реальністю. Від посередників ми здобуємо уявлення про те, що відбувається довкола нас, і використовуємо цю інформацію для формування власних уявлень, переконань та емоцій. Медіа бувають персональні й редакційні.

Розрізнити їх досить легко: якщо над тобою немає редакції, вповноваженої корегувати твій матеріал, значить, ти сам собі медіа. У найзагальнішому сенсі персональним медіа є кожен користувач соцмережі або свого каналу на ютубі. Найвпливовіших із них називають блогерами. Радіо, газета, телеканал, онлайн-видання — класичні приклади редакційних медіа.

Мережева війна — це протистояння в мережах будь-якого типу (інтернет, медіа, соцмережі, групи об'єднаних спільною метою журналістів, активістів, експертів, розвідників тощо).

Автори цього терміна визначають його як «пов'язаний з інформацією конфлікт найвищого ступеня між державами чи суспільствами. Він означає спроби порушити, пошкодити або

змінити те, що цільове населення «знає» або думає, що знає про себе та світ довкола. Мережева війна може фокусуватися на думках громадськості, або еліти, або на обох»⁶.

Мережева війна як гра на піаніно: щоб зіграти мелодію, треба натискати на клавіші й педалі в правильному порядку та з відповідною силою. Речники, газети, телеканали, сайти, фейки, боти, віруси і тролі потрібні лише для одного — щоб гратися ними для управління реальністю.

Наратив — це інформація, оформлена в історію (як логічно пов'язана розповідь, а не опис минулого). Історії — це головні боєприпаси війни. Їх починають формувати і впроваджувати в когнітивний простір ще до початку війни. Історія і є тією іскрою, з якої потім розпалюють полум'я.

Перемога — це досягнення потрібного результату в боротьбі за те, що є для вас цінністю. Комунікація працює з ідеями, переконаннями й емоціями, а вони можуть переживати своїх авторів та носіїв.

Наприклад, СРСР припинив своє існування, але протидія його ідеям у комунікативному просторі тривала. Згодом радянські ідеї відродилися в політиці Росії, і вона стала їх агресивно просувати. Тож специфіка перемоги у війні за реальність полягає в тому, що остаточний успіх однієї зі сторін неможливий. Регулярно перемагати чи програвати можна, а ось перемогти чи програти раз і назавжди — такого не буває. Це війна тривалістю в життя. Навіть загибель ворога не гарантує остаточної перемоги.

Тому фрази «ми програли» і «ми перемогли» можуть бути коректними для конкретних боїв чи періодів війни. Але якщо мова про війну загалом, то доцільно казати «ми програємо» і «ми перемагаємо».