

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-674-4-65>

**THE PHENOMENON OF DISINFORMATION
AS A COUNTER-ARCHITECTURE OF CHOICE
IN PUBLIC ADMINISTRATION UNDER ARMED CONFLICT**

**ФЕНОМЕН ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ЯК КОНТРАРХІТЕКТУРИ
ВИБОРУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ
В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ**

Shchekhovska L. M.

*Doctor of Philosophy
in Public Management
and Administration,
Associate Professor at the Department
of Logistics
State University
“Kyiv Aviation Institute”
Kyiv, Ukraine*

Щеховська Л. М.

*доктор філософії з публічного
управління та адміністрування,
доцент кафедри логістики
Державний університет
«Київський авіаційний інститут»
м. Київ, Україна*

Сучасний збройний конфлікт є середовищем, у якому фізичні та інформаційні загрози нерозривно поєднані. Якщо традиційні системи публічного управління виробили порівняно зрілі механізми реагування на матеріальні небезпеки – евакуацію, цивільний захист, управління критичною інфраструктурою, – то захист когнітивного середовища громадян залишається інституційно недооціненою функцією держави. Між тим дезінформація в умовах збройного конфлікту є не стихійним явищем, а цілеспрямованим інструментом гібридної війни, спроектованим з урахуванням поведінкових уразливостей людини. Це висуває принципово нові вимоги до теорії та практики публічного управління, зокрема в частині розуміння механізмів прийняття рішень громадянами в кризових умовах.

Концептуальним підґрунтям для аналізу цього феномену слугує теорія архітектури вибору, розроблена Р. Галером та К. Санстейном. Згідно з нею, будь-яке середовище, у якому людина приймає рішення, є структурованим – свідомо чи ні – і ця структура суттєво визначає поведінковий результат [1]. Органи публічного управління, здійснюючи комунікацію з громадянами, фактично завжди проєктують архітектуру вибору: визначають, яка інформація подається першою, яка дія пропонується за замовчуванням, яким є емоційний тон повідомлення. Принципово важливо, що в умовах кризи когнітивні ресурси людини суттєво обмежені: згідно з двосистемною моделлю Д. Кане-

мана, стрес і невизначеність активізують Систему 1– швидке, інтуїтивне, евристичне мислення – і пригнічують Систему 2, відповідальну за раціональний аналіз [2]. Отже, кризова ситуація є середовищем, у якому людина є особливо чутливою до того, як сформовано інформаційне повідомлення, а не лише до його змісту.

Дезінформація в цьому контексті постає як контрархітектура вибору – навмисно спроектоване середовище, яке спрямовує поведінку людини у деструктивному напрямі, використовуючи ті самі когнітивні механізми, що й легітимна комунікація. Її ефективність зумовлена кількома структурними особливостями. По-перше, дезінформація когнітивно зручніша за спростування: вона проста, емоційно насичена, відповідає вже наявним страхам і упередженням аудиторії. Спростування ж, як правило, вимагає залучення Системи 2 – критичного аналізу, перевірки джерел, зіставлення фактів, яка в умовах кризи функціонує неефективно. По-друге, дезінформація експлуатує специфічні когнітивні упередження: ефект ілюзорної правди (повторення хибного твердження підвищує суб'єктивне відчуття його достовірності), упередження підтвердження (люди схильні приймати інформацію, що узгоджується з їхніми попередніми переконаннями), а також ефект доступності (легкодоступна інформація сприймається як більш імовірна). По-третє, цифрове середовище – зокрема месенджери та соціальні мережі, є структурно сприятливим для поширення дезінформації: алгоритми посилюють емоційний контент, а верифікація інформації майже не відбувається до моменту її масового поширення.

Окремої уваги заслуговує феномен набутої безпорадності як кінцевого ефекту масованої дезінформації. Коли громадянин стикається з потоком суперечливих повідомлень від різних джерел – офіційних і неофіційних, вітчизняних і іноземних, достовірних і сфабрикованих – він може дійти висновку не про хибність конкретного джерела, а про принципову неможливість встановити істину. Такий стан є особливо небезпечним з точки зору публічного управління: людина, яка не знає, кому вірити, схильна або до повної пасивності, або до покладання виключно на неформальні мережі довіри – родину, найближче оточення, – ігноруючи офіційні канали комунікації органів цивільного захисту. Отже, дезінформація підриває не лише конкретні управлінські повідомлення, а й саму інфраструктуру комунікації між державою і громадянином.

Наслідки цього для функцій цивільного захисту є прямими та критичними. Дезінформація про маршрути евакуації, укриття, порядок дій під час тривоги або про загрози біологічного характеру безпосередньо загрожує життю людей. Вона здатна паралізувати захисну поведінку («це все пропаганда, нічого не відбувається»),

провокувати паніку на підставі хибних відомостей або спрямовувати людей до небезпечних дій. Ворожа дезінформація в умовах збройного конфлікту часто виникає раніше за офіційну комунікацію, заповнюючи інформаційний вакуум до того, як органи влади встигають сформулювати позицію. До того ж вона нерідко паразитує на реальних проблемах – управлінських прорахунках, корупційних скандалах, непопулярних рішеннях, що надає їй часткової правдоподібності й ускладнює спростування.

Важливим аспектом проблеми є асиметрія між швидкістю дезінформації та швидкістю офіційної реакції. Органи публічного управління, як правило, обмежені процедурами узгодження, верифікації та юридичної відповідальності за комунікацію, тоді як виробники дезінформації не мають жодних інституційних обмежень. Ця асиметрія означає, що традиційна модель «спочатку виникає фейк – потім держава його спростовує» є структурно програшною: до моменту появи офіційного спростування дезінформація вже формує когнітивне середовище, у якому будь-яке повідомлення оцінюється через призму вже засвоєного хибного нарративу.

З позицій публічного управління зазначені виклики вимагають переходу від реактивної до проактивної моделі роботи з інформаційним середовищем. Ключовим інструментом у цьому контексті є пребанкінг – завчасне «щеплення» аудиторії проти прийомів дезінформації до того, як конкретний фейк з'явиться. На відміну від дебанкінгу (спростування вже поширених хибних тверджень), пребанкінг засновано на теорії «когнітивного щеплення» (inoculation theory): коли людина наперед ознайоmlена зі структурою маніпулятивного прийому, вона виробляє стійкість до його наступних конкретних проявів. Дослідження свідчать, що пребанкінг значно ефективніший за дебанкінг і, на відміну від нього, не ризикує посилити поширення дезінформації через ефект ілюзорної правди.

Паралельно необхідним є свідоме проектування захищеної архітектури вибору в офіційних комунікаціях органів цивільного захисту. Це передбачає: формулювання простих і однозначних дій за замовчуванням («у разі тривоги – негайно до укриття»); часову прив'язку повідомлень до моменту прийняття рішення; уникнення надмірної кількості варіантів, що в умовах стресу призводить до паралічу рішень; використання соціальних норм як сигналу («здебільшого мешканці вашого району вже...») [3]. Оскільки в умовах підірваної інституційної довіри офіційні повідомлення можуть сприйматися скептично, критично важливою є роль довірених посередників – медичних працівників, волонтерів, представників місцевих громад – у трансляції ключових повідомлень цивільного захисту.

Специфіка українського контексту надає цим міркуванням особливої гостроти. Хронічний стрес, зумовлений тривалим збройним конфліктом, суттєво знижує когнітивні ресурси населення, роблячи його більш вразливим до маніпулятивних технік. Telegram-центричність українського інформаційного простору створює середовище, де верифікація інформації майже відсутня, а анонімні канали з великою аудиторією функціонують як альтернативні центри авторитету. Водночас досвід 2014–2025 років сформував певний «імунітет» частини суспільства до окремих видів ворожих нарративів, що є ресурсом, на який може спиратися публічна політика протидії дезінформації.

Викладене дозволяє сформулювати кілька ключових висновків для теорії та практики публічного управління. Дезінформація має розглядатися не лише як інформаційна, а й як управлінська проблема – системний чинник, що підриває ефективність будь-яких інструментів впливу на поведінку громадян, включно з nudge-підходами. Ефективна відповідь передбачає дворівневу модель: захист когнітивного середовища (пребанкінг, підвищення медіаграмотності, швидке реагування на інформаційний вакуум) є передумовою для ефективного функціонування архітектури вибору на другому рівні. Це, своєю чергою, вимагає інституціоналізації поведінкової та комунікаційної експертизи в органах публічного управління, розробки стандартів кризової комунікації та міжвідомчої координації у протидії дезінформації. Захист когнітивного середовища громадян у такий спосіб постає як нова функція держави в умовах гібридних загроз – функція, яка потребує відповідного інституційного, кадрового та методологічного забезпечення.

Література:

1. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven : Yale University Press, 2008. 293 p.
2. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.
3. Behavioural Insights Team. *EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural*.