

ФЕНОМЕН ФЕЙКУ У ЦИФРОВИХ ВИКЛИКАХ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

ОЛЬГА, ГОМІЛКО¹

Анотація

У даній статті здійснено філософський аналіз фейку як соціокультурного та епістемологічного явища, що формує гіперреальність сучасного інформаційного простору. Дослідження ґрунтується на концепціях симулякрів Жана Бодрійяра та епістемологічних підходах до аналізу правди й омани. Автор розглядає механізми формування, поширення та впливу фейку, а також його роль у конструюванні альтернативних реальностей, де межа між правдою та вигадкою стає розмитою. Особлива увага приділяється феномену цифрового фейку, що відрізняється швидкістю поширення, анонімістю джерел та використанням емоційної маніпуляції. Розглянуто поняття фейку як інструменту інформаційної війни, зокрема у контексті російської військової агресії проти України. Автор аналізує політику фейків, що використовується для маніпулювання суспільною думкою, створення викривлених наративів та формування симулятивних реальностей. Показано, що стратегія дезінформації є частиною ширшого соціального феномена, який охоплює не лише медійний простір, а й політичні, економічні та культурні процеси. Окремий розділ присвячено проблемі розмежування фейкових новин і дезінформації. Якщо дезінформація спрямована на створення та нав'язування неправдивих фактів, то фейкові новини можуть містити елементи правди, але трансформуються відповідно до певних маніпулятивних стратегій. Це гібридне визначення фейку дозволяє глибше осмислити його вплив на формування суспільних переконань і поведінкових моделей. На основі аналізу сучасних досліджень автор пропонує концепцію «епістемології фейку» як підходу до вивчення механізмів поширення та функціонування неправдивої інформації. Висвітлюються обмеження традиційної епістемології свідчення в умовах цифрової культури, де джерело інформації часто залишається невизначеним або навмисно прихованим. Запропоновано критерії для ідентифікації фейкових новин, зокрема врахування їхнього соціального контексту, комунікаційної інтенції та способів емоційного впливу на аудиторію. Результати дослідження демонструють, що феномен фейку не лише загрожує когнітивній автономії людини, а й створює нову модель соціальної взаємодії, в якій симуляція замінює реальність. У статті обґрунтовано необхідність розвитку медіаграмотності та критичного мислення як ключових інструментів протидії цифровим фейкам. Автор робить висновок, що ефективна боротьба з фейками потребує міждисциплінарного підходу, що поєднує філософію, когнітивну науку, соціологію та медіадослідження.

Ключові слова: фейк, симулякр, цифрова культура, гіперреальність, епістемологія фейку, інформаційна війна, критичне мислення, медіаграмотність.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Дослідження фейку у цифрових викликах сучасної культури визначено завданням виявити епістемологічні та світоглядні наслідки посилення впливу фейку на людську свідомість. Військова агресія Росії проти України особливо загострила актуальність проблеми. Адже російська агресія має потужне виправдання в російській політиці фейків, спрямованої не лише внутрішньо, але й на весь світ. За допомогою фейків війна посилює фундаментальну роль симулякра (Бодрійяр, 2004) і фальсифікації у створенні нової комунікативної бази між двома країнами та світом. Ця війна відбувається в умовах новітніх комунікаційних технологій, які сприяють швидкому поширенню недостовірної або неповної інформації. Фейк спотворює правду,

навмисно змінюючи свій зміст на користь неправдивого представлення. У даній статті під терміном фейк йдеться про знання, вироблення котрих свідомо чи несвідомо спотворює їх істинність. Дана стаття ставить за мету здійснити філософський аналіз феномену фейку у контексті його функціонування у цифровому світі як фактору формування гіперреальності, де реальні сутності замінені позбавленого онтологічного значення знаками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Феномен фейку та його вплив на суспільство є предметом дослідження в різних наукових дисциплінах, зокрема у філософії, соціології, когнітивних науках і медіадослідженнях. У даній статті автор спирається на ключові роботи, які заклали підґрунтя для розв'язання проблеми аналізу фейку в цифровому суспільстві та його епістемологічних наслідків. Одним із центральних концептуальних джерел є робота Жана Бодрійяра «Симулякри і симуляція»

¹ Інститут філософії імені Г. Сковороди, Національна академія наук України (Київ, Україна)
E-mail: olga.gomilko@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8762-9191>

(2004), у якій автор розглядає поняття гіперреальності як стану, в якому знаки та символи набувають самостійного значення, витісняючи реальність. Бодрійяр стверджує, що сучасна культура створює симулякри – копії, які не мають оригіналу, тим самим формуючи новий тип реальності, в якій розрізнення між правдою та вигадкою втрачає сенс. Ця концепція є фундаментальною для розуміння механізмів функціонування фейку в цифровому середовищі, де інформаційні продукти можуть набувати самостійного значення, незалежно від їхньої відповідності реальному стану речей.

Важливим науковим внеском у дослідження фейку як епістемологічної проблеми є колективна праця «*The Epistemology of Fake News*» (2021) під редакцією Свена Бернекера, Емі Флауеррі та Томаса Грундманна. У цьому виданні представлені дослідження провідних західних науковців, які аналізують фейкові новини з точки зору когнітивної науки, епістемології та медіа-етики. Одним із ключових питань, яке розглядається в цьому збірнику, є проблема довіри до інформації в епоху цифрового медіапотуку, а також вплив фейків на процеси формування переконань. У книзі також досліджуються механізми маніпуляції та методи розрізнення достовірної та фейкової інформації, що є важливими для розуміння природи фейку як соціального явища.

Історичну та когнітивну перспективу на проблему фейкової інформації пропонує Ювал Ной Харарі у своїй книзі «*Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього*» (2016). У цій роботі автор аналізує, як соціальні конструкції, міфи та наративи формували людську цивілізацію, а також як у сучасному світі вони еволюціонували у нові форми, включаючи фейки. Харарі наголошує, що люди завжди використовували вигадані історії для зміцнення соціальної згуртованості та легітимізації владних структур, а цифрова епоха надала цим процесам безпрецедентний масштаб і швидкість поширення. Його аналіз допомагає розглядати фейк як не лише інформаційний, а й антропологічний феномен, що вкорінений у природі людського суспільства.

Загалом, спираючись на ці дослідження, автор статті розвиває концепцію фейку як явища цифрової культури, яке має як епістемологічний, так і соціальний вимір. Аналіз симулякрів Бодрійяра допомагає пояснити механізм трансформації реальності у цифровому просторі, дослідження Бернекера та його колег дає змогу розглянути

епістемологічні виклики, пов'язані з фейками, а концепція Харарі дозволяє простежити історичну еволюцію фейкової інформації як частини ширших соціальних процесів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на активні дослідження феномену фейку в науковій літературі та численні проекти, спрямовані на боротьбу з дезінформацією, залишається низка питань, які потребують глибшого філософського аналізу. По-перше, проблема визначення межі між свідомою та несвідомою фальсифікацією інформації все ще не має чіткого концептуального розв'язання. По-друге, недостатньо розроблені методи виявлення та оцінки соціально-культурного контексту фейку, який впливає на ефективність його поширення. По-третє, не до кінця з'ясовано, як фейк впливає на формування гіперреальності та нових форм суспільної комунікації, що базуються на симулякрах. Саме цим аспектам – епістемологічній та онтологічній природі фейку, його соціокультурному контексту та способам протидії маніпуляціям – присвячено дане дослідження.

Методологія дослідження. У роботі застосовано міждисциплінарний підхід, що поєднує філософський, соціологічний та медіазнавчий аналіз. Філософський вимір базується на концепціях симулякрів (Ж. Бодрійяр) та епістемології свідчення й омани. Соціологічний аналіз фокусується на вивченні впливу фейків на соціальну комунікацію та формування групових норм, зокрема через механізми вірусного поширення контенту в соціальних мережах. Медіазнавчий підхід включає дослідження специфіки цифрових платформ та їхніх алгоритмічних особливостей, що впливають на масове розповсюдження неправдивої інформації.

Основними методами виступають: контент-аналіз фейкових новин та матеріалів у соціальних мережах; критичний дискурс-аналіз публічних повідомлень, що містять елементи симуляції та дезінформації; порівняльний аналіз досліджень з питань пропаганди та інформаційних війн; філософська герменевтика для інтерпретації явищ гіперреальності та суб'єктивізації правди.

Об'єкт дослідження – сукупність комунікаційних процесів у цифровому середовищі, що створюють і поширюють інформацію з ознаками фейку, а також їхній соціальний, культурний та політичний контекст.

Предмет дослідження – філософські, епістемологічні та соціокультурні аспекти функціонування фейків, зокрема аналіз природи їхнього впливу на формування гіперреальності та трансформацію критичного мислення користувачів.

Мета статті – здійснити комплексний філософський аналіз феномену фейку в умовах цифрового світу, з'ясувати його ключові характеристики та механізми впливу на суспільну свідомість, а також окреслити можливі шляхи протидії деструктивним наслідкам поширення неправдивої інформації.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати концепти симулякра та гіперреальності (Ж. Бодрійяр) у контексті цифрового фейку.

2. Виявити епістемологічні особливості фейку, зокрема визначити критерії відмінності фейку від інших форм викривлення правди (пропаганда, дезінформація, плітки тощо).

3. З'ясувати роль соціальних мереж та сучасних алгоритмічних механізмів (ретвіти, вподобайки, рекомендаційні системи) у прискореному поширенні фейків.

4. Дослідити взаємозв'язок між емоційною привабливістю інформації та зниженням критичного мислення в її споживачів.

5. Визначити основні методи протидії фейковій інформації, спираючись на підходи медіаграмотності, критичного мислення та інструменти перевірки фактів.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Фейк як філософське поняття. Російська військова агресія проти України актуалізує пропагандистський характер фейку. Так, із початком війни Росії проти України з 2014 року розпочинається організована кампанія із формування необхідної російській владі думки про неї як у світі, так і в Україні. У цей час створюється волонтерський інтернет-проект «СтопФейк» з метою викриття неправдивої інформації про Україну. У 2015 році в Україні починає працювати сервіс, котрий уможлиблює блокування джерел фейкової інформації про Україну в соцмережах. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну посилює значення боротьби із фейком та набуває різних практичних утілень, зокрема, у вигляді низки різних інтернет-проектів. Метою останніх стає ретельна перевірка розповсюджених фактів та їх спростування. Утім, в академічних колах про фейк як феномен цифрової епохи в Україні гово-

рять недостатньо, незважаючи на популярність цієї теми у сучасній філософії. Варто згадати фундаментальне дослідження «Епістемологія фейкових новин» (The Epistemology of Fake News, 2021), де представлено ряд статей провідних західних науковців з проблематики фейку.

Для ефективного зменшення деструктивного впливу фейку на людську свідомість важливо з'ясувати його природу та спосіб функціонування. Дана стаття ставить за мету здійснити філософський аналіз феномену фейку у контексті його функціонування у цифровому світі як фактору формування гіперреальності, де реальні сутності замінені позбавленого онтологічного значення знаками. Філософія допомагає як пізнати феномен фейку, так і послабити його руйнівний вплив на свідомість людей як когнітивно-терапевтичний фактор.

У даній статті під терміном фейк йдеться про знання, вироблення котрих свідомо чи несвідомо спотворює їх істинність. Обмеженість людської спроможності пізнавати істину з необхідністю породжує хибні уявлення. Утім, не всяке хибне знання можна вважати фейком. Важливою його ознакою є 1) свідоме перекручування правдивості інформації, а також 2) використання емоцій у її розповсюдженні. Цифровий фейк передбачає велику швидкість передачі інформації та надмірне привернення до неї уваги. Це призводить до послаблення уваги стосовно джерел надійності та об'єктивності отриманої інформації. То ж можна вважати фейком неповну, однобічну чи то спотворену інформацію, котра в умовах цифрового прогресу швидко розходиться не лише завдяки технологічним інноваціям, але й паразитуванню на суб'єктивній схильності людей привертати до себе увагу.

Збільшення кількості вподобайок та коментарів під постом чи репостом у соціальних мережах добре задовольняє цю схильність. Палке прагнення до власного визнання у віртуальному світі соціальних мереж розхолоджує критичну розсудливість їх користувачів у процесі отримання та розповсюдження інформації. Насамперед перед загрозою стоїть достовірність останньої, котра за браком її раціонального осмислення втрачає своє обґрунтування об'єктивності. Популярність певного твердження та його зміст нерідко плутаються між собою. Фейк створює атмосферу конкуренції вподобань, а не пошуку істини.

Фейк як суперечливе академічне поняття. Існує широка дискусія стосовно академічної

строгості вживання поняття фейк. Вважають, що фейк представляє собою лінгвістично дефективне поняття. Його навіть вважають поняттям, котре націлене на приниження опонента, а тому є етично заангажованим. Часто саме у такому контексті поняття фейкові новини полюбляє використовувати американський президент Дональд Трамп. Утім, як у повсякденній мові, так і академічному дискурсі дане поняття знайшло своє місце і широко використовується (The Epistemology of Fake News, 2021).

Апелуючи до поняття фейк в академічному дискурсі, варто брати до уваги наступні зауваги стосовно даного поняття. Так, відзначають його семантичну нестабільність. Утім, нечіткість та розмитість концептуального змісту притаманна низці термінів, котрі активно залучені в академічний дискурс як то гендер, пропаганда, харасмент, воукнес тощо. Незважаючи на семантичну розмитість цих понять, вони стали звичним інструментом дослідження і не викликають питань стосовно їх використання у науковій дискусії. Ось чому важливим завданням нашої розвідки є визначення змісту концепту фейк саме як феномену цифрової реальності, коли джерело, автор, замовник (вигодонабувач) соціальний контекст та комунікаційні інтенції його розповсюдження залишаються не з'ясованими. Натомість, значна увага у визначенні фейку здебільшого зосереджена на його епістемологічних патологіях як то обман, обдурювання, булінг, неправда, омана, хибна комунікація тощо. А тому важливим дослідницьким завданням аналізу феномену фейку стає уникнення концентрації уваги на його епістемологічних патологіях, натомість її зосередження на епістемологічних та онтологічних властивостях фейку.

У нашому дослідженні фейк визначено як неправдива та суб'єктивно заангажована (та, що має свого вигодонабувача, тобто замовника) інформація, котра спроможна породжувати симулякри, формуючи гіперреальність цифрового світу. Остання кардинально трансформує життєвий досвід людини, витісняючи автентичні природі людини способи буття віртуальними та симулякративними формами. Отже, фейк або фейкові новини це термін для позначення явища зростання розповсюдження публічної інформації, котра є ненадійною (їй не варто довіряти) та хибною (бо збиває з пантелику) та такою, що створює симулякри, тобто нереальні значення. Звернення до епістемологічного та онтологічного аспектів

визначення фейку робить його семантичну невизначеність несуттєвою для нашого аналізу.

Поряд із семантичною невизначеністю, термін фейкові новини також переобтяжено пропагандистськими імплікаціями. Останні сприяють посиленню оціночного значення поняття фейку. Однак, пропагандистська популярність терміну фейк та його семантична невизначеність не послаблюють його академічне значення. Активне використання терміну фейк в академічному дискурсі уподібнює його з поняттями гендер, пропаганда, харасмент, воукнес, котрі також мають широке оціночне значення попри їх активне дослідницьке залучення.

У нашому дослідженні визначення фейку фіксує його суперечливі аспекти як феномену, котрий трансформує реальність у гіперреальність завдяки утриманню правди у епістемологічних значеннях неправди. Тому можна говорити про *гібридне* визначення фейку, коли правда та неправда співіснують в одному онтологічному полі (The Epistemology of Fake News, 2021). Прикладом гібридного бачення фейку є такі інформаційні новини, котрим не вистачає правдивості та коректності, але вони не втрачають статус новин та продовжують впливати на свідомість людей. Якщо розповсюджена інформація може виглядати як явно неправдива, до котрої немає довіри, то виникає підозра у намірі обману. Утім, якщо ця підозра залишається не знятою з інформації, то цим уможлиблюється подальша активність останньої. Такого штибу новини можуть наблизитись до публічної брехні та дезінформації. Останню ми відрізняєм від фейку тим, що останній містить елемент правди на відміну від дезінформації. Українські медіа рясніють прикладами явного оббріхування політиками один одного, особливо була багата на дезінформацію передвиборна президентська компанія 2019 року. Звинувачення, котрі прозвучали на телеканалі «1+1», на той час чинного президента України Петра Порошенка у вбивстві свого брата є відомим прикладом такої дезінформації (Радіо Свобода, 2019). Відмінність фейкових новин від дезінформації полягає у тому, що вони мають максимально повернути до інформації увагу в інтернеті та соціальних мережах, а не переконати у її достовірності. У випадку телеканалу «1+1» з його обвинуваченням Порошенка йдеться про «чорний піар», мета котрого зруйнувати репутацію політика за допомогою явної брехні, а не оприлюднити інформацію.

Гібридне бачення фейкових новин фокусується на суперечностях між метою їх розпо-

всюдження та змістом самої інформації. Адже привернути увагу до останньої стає основним у виробленні їх змісту. А тому, зміст інформації набуває вторинного значення по відношенню до його мети. Відбувається трансформація змісту у засоби захоплення уваги, а сама мета «вкиду» такої інформації розчиняється в інших значеннях. Відповідно, гібридизують не лише зміст фейкової інформації та мету її розповсюдження, але й самі значення змісту та мети.

Окрім гібридного визначення, говорять про *привативне* (privative) визначення фейку. Зазвичай це відбувається тоді, коли виробництву новин бракує журналістських стандартів (The Epistemology of Fake News, 2021, р. 6). Відповідно, опубліковані медіа фейкові новини лише помилково нагадують справжні новини. Йдеться про фейк у привативному значенні як мімікрію традиційних новин, що свідчить про імітацію або відсутність правдивих новин, тобто таких, котрі відповідають загальноприйнятим журналістським стандартам. Наскільки такі новини можуть мати епістемологічне значення є вельми актуальним питанням. Адже, навіть ті новини, котрі ґрунтуються на помилковому процесу їх виробництва, є цінними стосовно їх епістемологічного значення.

Також виділяють *споживацько-центричний підхід* до визначення новин (The Epistemology of Fake News, 2021, р. 7), коли чітко вимальовується їх семантична диспозиція ввести в оману споживача. Дане визначення використовують досить широко, особливо, коли йдеться про просто погану журналістику. Утім, вважають, що, згідно цього визначення, навіть справжні новини можуть вважатись фейковими, якщо їх споживач невпевнений, що усі дотичні факти були ретельно представлені новинами. У нашому дослідженні ми здебільшого орієнтуємось на гібридне визначення фейкових новин.

Фейк як універсальний феномен. Цифрова культура найвиразніше актуалізувала проблему фейку у двох площинах дослідження – онтологічній як фактор формування гіперреальності (світу симулякрів) та епістемологічній як фактор маніпуляції людською свідомістю (способу мислення). Якщо у першому випадку реальність підмінює знак, то в другому – мислення заміщується емоціями. Деолонтогізована у сенсі позбавлена об'єктивних конотацій гіперреальність передбачає спростування раціональності як епістемологічної настанови європейського Просвітництва. Звернення дослідницької уваги до феномену

фейку уможливлює розуміння тенденцій кризи останньої, котру демонструє сучасна культура, та допомагає окреслити шляхи трансформації раціональності у цифрову епоху.

Фейк як плітки. Фейк є універсальним феноменом людської культури. Простежити його еволюцію можна з розгляду такого феномену як плітки. Юваль Ной Харарі вважає, що «одразу після Когнітивної революції плітки допомогли Homo sapiens сформувати більші та сталіші групи. Але навіть плітки мають свої межі. Соціологічне дослідження засвідчило, що максимальний «природний» розмір групи, пов'язаної плітками, становить приблизно 150 осіб. Більшість людей не здатні ані близько знати, ані ефективно пліткувати про понад 150 людських істот» (Харарі, 2016, с. 8). Зазвичай плітками вважають недостовірну інформацію, котра спотворює істину та розповсюджується винятково усно. Як видно, плітки нагадують фейк своєю недостовірністю, але відмінні від нього тим, що темпорально плітки існують лише в процесі їх відтворення. Фіксування змісту пліток на носіях інформації не відбувається. Оксфордський словник дає визначення пліток як неформальних історій про приватне життя інших людей, котрі зазвичай мають недоброзичливий та неправдивий характер (Gossip, 2025). Суб'єктивне та приватне у плітках знаходять свою споріднену сув'язь в інформації, що робить її привабливою та цікавою людям. Адже плітки дають можливість долучити власну думку до змісту історії, тим самим стаючи співтворцем останньої.

Вплив пліток на життя людей важко перебільшити. Людини, котра б не була залучена до їх продукування, розповсюдження чи стала об'єктом їх впливу, важко знайти. Відомо, що плітки становлять одну із найбільш архаїчних форм соціалізації людини, котрі донині відіграють значну роль у житті людей. Практично жодна мелодрама не обходиться без зловісного втручання пліток у людські долі. Можна сказати, що життя людей невід'ємне від них. Довіра до пліток ґрунтується на їх суб'єктивній природі та апеляції до правдивої інформації. Плітки завжди мають конкретного суб'єкта їх творення (хто сказав) і вони завжди про конкретних людей (про кого) у конкретних обставинах (що). Паразитуючи на чуттєвій природі людини та правдивих деталях, плітки глибоко проникають у людську свідомість, маніпулюючи нею. Мелодрами вправно користуються спроможністю пліток здійснювати карколомні повороти людських долей.

Про фейк можна сказати, що він має багато спільного з плітками. У цифрову епоху фейк став їх інформаційним спадкоємцем. Утім, на відміну від пліток, вплив котрих є локальним і приватним, фейк є феноменом глобальним. Новітні технології дають можливість набуті фейку панівної ролі в інформаційному полі сучасної культури та перетворитись на відміну від пліток на деструктивний фактор соціальності та об'єктивної реальності.

Гіперреальність та цифровий фейк.

Цифровий фейк міцно тримає у своїй зоні впливу усіх її учасників – замовників, виробників, розповсюджувачів та споживачів фейку. Потрапивши у її вирло складно подолати його течію. Цифрова реальність симулякрів як онтологічно порожніх сутностей створює гіперреальність. Остання у постмодерністичній думці означає симульовану реальність, що спроможна змінювати світ. Існує також поняття віртуальної реальності. Воно означає створений комп'ютерною системою світ, що утілює видимість тотожності матеріального та ідеального. У нашому дослідженні ми розглядаємо віртуальний світ як вияв гіперреальності.

Розробці концепту гіперреальності значну увагу зосереджено у текстах Бодрійяра. На його думку, сучасна культура робить вагомими знаки, аніж реальні сутності. Він вважає, що ситуація кардинально змінюється з ХХ століття, коли споживча вартість товарів та послуг замінюється символічною вартістю. Бодрійяр стверджує, що значущість споживання визначає не їх безпосередня корисність, а їх символічне значення в утвердженні людського статусу. Так, в наш час коштовний годинник Rolex на руці є статусним символом успіху та матеріального благополуччя його власника, аніж приладом для вимірювання часу. У визначенні Бодрійяра гіперреальність пояснено наступним чином: «Абстракція сьогодні – це не абстракція карти, копії, дзеркала чи концепту. Симуляція – це вже не симуляція території, референційного сущого, субстанції. Вона – породження моделей реального без першопричини та без реальності: гіперреального. Територія більше ані передує карті, ані живе довше за неї. Відтепер карта передує території – *прецесія симулякрів*, – саме вона породжує територію, і якби треба було переписати наше фантастичне оповідання, то сьогодні клапти території тліли б поволі на просторі карти» (Бодрійяр, 2004, с. 6).

Створена цифровим світом гіперреальність стає простором для функціонування медіа. Відстань між медіа новиною та людиною у такому

просторі значно зменшується, а ефект симулякра нівелює різницю між знаком та означуваним. Бодрійяр вважає, що симулякри заповнюють культуру означуванням людської свідомості, а не світу. Відповідно відбувається абсолютизація суб'єктивного через анігіляцію об'єктивного. У таких умовах розрізнення уявного та реального втрачає сенс. Завдяки медіатехнологіям уявне знаходить можливість утілення в знаках, котрі продукують у людині не реальні (відповідно запиту природи людини) потреби. Останні змушують людину все глибше занурюватись у гіперреальність, де уява активно живиться фейком.

Знакові образи гіперреальності можуть бути значно цікавішими за існуючу дійсність, а тому все сильніше приваблюють людей до себе. Таким чином гіперреальність цілісно всмоктує в себе людину, а не лише своєю медійною складовою. Практично усі основні сфери людського життя знаходять свій прояв у гіперреальності. Вирватись із її цифрових тенет уможливорює її розпізнання. Поняття епістемологічного свідчення дає можливість визначити наскільки наші уявлення відповідають реальності, а тому їх можна назвати правдивими та об'єктивними.

Епістемологічні свідчення та фейк. У ситуації інформаційної невизначеності є потреба у її критеріях, котрі б фіксували правдивість та об'єктивність інформації. Поняття епістемологічного свідчення є таким, що широко використовувалось традиційними медіа для встановлення епістемологічного статусу інформації. Відзначимо, що поняття епістемологічного статусу виявляє шляхи обґрунтування інформації та наявність у ній певного типу знань. Вирізняють два підходи у встановленні критерію епістемологічного свідчення. Такими є редукціоністський та антиредукціоністський підходи (The Epistemology of Fake News, 2021, р. 3). Так, згідно підходу редукціоністів, будь-які інформаційні свідчення ненадійні. Тоді як антиредукціоністи вважають, що інформаційні свідчення надійні до тих пір, поки не виникають до них питання.

Однак, проаналізувати свідчення з позицій епістемології видається можливим, коли йдеться про традиційні класичні медіа. В умовах цифрової епохи ані редукціонізм ані анти-редукціонізм не завжди спрацьовують. Відомо, що вивчаючи джерело інформації у цифровому просторі, складно його визначити. Адже відправник не завжди постає як останнє джерело інформації. Розрізнення автора інформації та її відправника

в епістемологічному аналізі є принциповим. Але навіть при з'ясуванні автора інформації епістемологія свідчення послаблює свій аналіз через брак знань про соціальний контекст інформації та комунікаційні наміри її відправника. Також впливають на точність даного аналізу формат розповсюдження інформації. Йдеться про пост, репост, твіт, ретвіт, візуальну чи текстову інформацію. Тоді як епістемологія свідчення головним чином має справу із текстовою та первинною інформацією, а не візуальною чи вторинною.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Відповідно, доходять висновку, що методологія епістемології свідчення не підходить для аналізу малонадійної інформації, коли автор, джерело, соціальний контекст та комунікаційні інтенції

розповсюдження інформації складно визначити. Таким чином у випадку фейкової інформації епістемологія свідчення втрачає свою ефективність розпізнавання її надійності, бо для епістемології свідчення суттєвим є носій інформації, котрий функціонує в ідеальних умовах. Натомість пропонують епістемологію фейку, котра може бути схарактеризована як прикладна епістемологія. Призначення останньої полягає у виявленні комунікаційних знань, котрі діють в не-ідеальних умовах цифрової реальності. Йдеться про знання, котрі актуалізують свою значущість у комунікації, де цінності та суб'єктивний фактор є вагомими на відміну від об'єктивного критерію наукової істини. Таким чином завдяки комунікаційним знанням стає можливим розпізнавання фейкової інформації.

Список використаних джерел

- Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція; пер. з французької Володимир Ховхун. Київ: Основи, 2004.
 The Epistemology of Fake News. Edited by Sven Bernecker, Amy K. Flowerree, And Thomas Grundmann, Oxford University Press, 2021.
 Радіо Свобода. Брудні технології проти кандидатів у президенти. Порошенко, Тимошенко, Зеленський, 2019, <https://www.radiosvoboda.org/a/29841410.html>
 Харарі Ювал Ной. Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016
 Gossip. Oxford Dictionary, 2025, https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gossip_1

References

- Baudrillard, J. (2004). *Simulacres et Simulation* (V. Khovkhun, Trans.). Kyiv: Osnovy.
 Bernecker, S., Flowerree, A. K., & Grundmann, T. (Eds.). (2021). *The Epistemology of Fake News*. Oxford University Press.
 Harari, Y. N. (2016). *Sapiens: A Brief History of Humankind*. Kharkiv: Klub Simeinoho Dozvillia.
 Radio Svoboda. (2019). *Budni tekhnolohii proty kandydativ u prezydenty: Poroshenko, Tymoshenko, Zelenskyi*. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/29841410.html>
 Oxford Dictionary. (2025). Gossip. Retrieved from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gossip_1

OLGA, GOMILKO – Doctor of Philosophy, Professor, leading researcher
 at the Department of Philosophy of Culture, Ethics, and Aesthetics of the H.Skovoroda Institute of Philosophy
 of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine)
 E-mail: olga.gomilko@gmail.com
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8762-9191>

THE FAKE PHENOMENON IN DIGITAL CHALLENGES OF CONTEMPORARY CULTURE

Abstract

This article provides a philosophical analysis of fake as a sociocultural and epistemological phenomenon that shapes the hyperreality of the contemporary information space. The study is based on the concepts of simulacra by Jean Baudrillard and epistemological approaches to the analysis of truth and deception. The author examines the mechanisms of formation, spread and influence of fake, as well as its role in constructing alternative realities, where the line between truth and fiction becomes blurred. Special attention is paid to the phenomenon of digital fake, which is distinguished by the speed of spread, anonymity of sources and the use of emotional manipulation. The concept of fake as a tool of information warfare is considered, in particular in the context of Russian military aggression against Ukraine. The author analyzes the policy of fakes used to manipulate public opinion, create distorted narratives, and form simulated realities. It

is shown that the strategy of disinformation is part of a broader social phenomenon that encompasses not only the media space, but also political, economic, and cultural processes. A separate section is devoted to the problem of distinguishing fake news from disinformation. If disinformation is aimed at creating and imposing false facts, then fake news may contain elements of truth, but are transformed in accordance with certain manipulative strategies. This hybrid definition of fake allows for a deeper understanding of its influence on the formation of public beliefs and behavioral models. Based on an analysis of modern research, the author proposes the concept of “epistemology of fake” as an approach to studying the mechanisms of dissemination and functioning of false information. The limitations of the traditional epistemology of testimony in the conditions of digital culture, where the source of information often remains uncertain or deliberately hidden, are highlighted. Criteria for identifying fake news are proposed, including taking into account their social context, communication intention, and methods of emotional impact on the audience. The results of the study demonstrate that the phenomenon of fake news not only threatens human cognitive autonomy, but also creates a new model of social interaction in which simulation replaces reality. The article substantiates the need to develop media literacy and critical thinking as key tools for countering digital fake news. The author concludes that an effective fight against fake news requires an interdisciplinary approach that combines philosophy, cognitive science, sociology, and media studies.

Key words: fake, simulacrum, digital culture, hyperreality, epistemology of fake news, information warfare, critical thinking, media literacy.

© The Authors(s) 2025

This is an open access article under

The Creative Commons CC BY license

Received date 07.11.2024

Accepted date 17.12.2024

Published date 17.01.2025

How to cite: Ольга, Гомілко. Феномен фейку у цифрових викликах сучасної культури. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia: Publishing house «Helvetica», 2025. 22 (99). P. 34–41.

doi <https://doi.org/10.32782/hst-2025-22-99-04>