

ФЕЙК ЯК ЗБРОЯ КОГНІТИВНОЇ ВІЙНИ: СИМУЛЯКР ПРОТИ РЕАЛЬНОСТІ

Гомілко О.Є.

*д-р філос. наук, професор, провідний науковий співробітник Інституту філософії
ім. Г. Сковороди НАНУ, м. Київ, Україна*

Вступ. Сучасні цифрові виклики вимагають глибокого осмислення феномену фейку, який став потужним інструментом когнітивної війни. Ця війна точиться не за території, а за переконання, інтерпретації та колективну пам'ять. Із розвитком технологій фейк перетворився на симулякр – знак, що претендує на істину, але не має референта в реальності. Він розмиває межі між реальним та уявним, роблячи критерії істини невизначеними.

Постмодернізм, з його множинними наративами та критикою універсальних істин, створив сприятливе середовище для сприйняття фейку як альтернативної «правди». Фейки паразитують на емоціях, посилюючи суб'єктивне сприйняття знань, але водночас роблять людей об'єктами зовнішнього маніпулювання.

Актуальність. Російська агресія проти України особливо загострила актуальність проблеми фейку як *зброї когнітивної війни*. Фейк у цьому контексті виступає не лише як інструмент маніпуляції, але як *елемент культурної війни*, що формує *альтернативну реальність у вигляді симулякру*. Останній стає основою комунікації, в якій істина витіснена знаком. Так, фейки, генеровані під час війни, формують *псевдологіку війни*, яка ефективно мобілізує масову свідомість і поза межами Росії. У когнітивному просторі фейк перетворюється на *зброю смислової дезорієнтації*, здатну не лише нав'язати дезінформацію, але викликати зневіру, паніку або апатію. Російська пропаганда використовує фейки для формування сприятливого образу на міжнародній арені та виправдання своєї агресії.

Когнітивна війна як вимір сучасної війни. Сучасна війна має три виміри: 1) фізичний: традиційні бойові дії; 2) інформаційний: медіакампанії та пропаганда та 3) когнітивний: маніпуляції світоглядом, ідеологією та культурою. Саме у когнітивному вимірі фейки стають зброєю руйнуванням сенсів та цінностей. Вони не стільки спростовують попередні знання, скільки впливають на загальний ментальний стан. Для фейку душа, а не розум стає мішенню враження. Російські фейки, від «бойових гусей» до наративів про «втому Заході», охоплюють світову аудиторію і мають довготривалу дію. Росія використовує постмодернізм для легітимації симулятивного знання, перетворюючи фальсифікацію на системну стратегію. Україна протидіє фейкам на різних рівнях, поєднуючи правові, технологічні та гуманітарні підходи.

Феномен фейку як онтологічна та епістемологічна проблема. Фейк – це не просто дезінформація, а складна форма симуляції правди, що паразитує на довірі. Його можна розглядати як вигадану або сфальсифіковану інформацію, яка видається за справжню новину. Основна ознака фейку – це свідоме перекручування правди та використання емоцій для його поширення.

Фейк і дезінформація. Фейк містить елемент правди, але свідомо спотворений. Він спрямований на те, щоб привернути увагу, а не переконати в достовірності. Дезінформація може бути повністю вигаданою і не мати нічого спільного з реальністю.

Симулякр та фальсифікація. Симулякр – це зображення, яке втратило зв'язок з реальністю, але претендує на істинність. Фальсифікація – це навмисна підrobка факту з метою обману. Фейк є проявом фальсифікації, що створює симулякри.

У цифровій культурі фейк діє на двох рівнях:

1. **Онтологічний:** формує гіперреальність – світ симулякрів, де реальність витісняється віртуальними заміниками.

2. **Епістемологічний:** маніпулює мисленням, орієнтуючи його не на істину, а на емоції.

Комерціалізація та політизація фейку. Цифрова епоха сприяє стрімкому розповсюдженню фейків та їх використанню у різних сферах життя. Головним чином фейк задіяний в економічній, політичній та ідеологічній сферах. Адже саме в них найбільш чітко простежується орієнтація на задоволення запитів певних зацікавлених сторін. Механізм такого активного вторгнення фейків в життя здебільшого відтворює особливості економічного функціонування. Моделі функціонування цифрового фейку уподібнено бізнес структурам, котрі орієнтовані на ринкові параметри отримання прибутку, політичної вигоди чи ідеологічної користі. А тому говорити про цифровий фейк варто у контексті маркетингових механізмів. Етичні засади традиційної медійної інформації поступаються місцем бізнесовим.

Утім, етичний зсув у функціонуванні фейку не означає його повного поглинання бізнесом. В залежності від соціального контексту бізнесовий механізм генерування фейку набуває етичного забарвлення через політичні та ідеологічні цілі. Демократія та авторитаризм принципово відрізняються у підходах до фейку. Парадоксально, що демократія здебільшого покладається на стихію ринку і вважає що фейк під тиском правдивої інформації буде подолано. Тоді як авторитарні режими вибудовують раціональні політики використання фейків. А тому, авторитаризм виявляється більш ефективним у використанні останнього. На жаль, демократичні суспільства, потерпаючи від ударів самокритики на хвилі «воукнеса», нерідко наражаються на пов'язані з останнім фейки та маніпуляції.

Так, основні ідеї усвідомлення соціальної несправедливості як то критика системної нерівності (расизм, сексизм, гомофобія, класова дискримінація, колоніалізм), інклюзивність (визнання множинності ідентичностей), культура скасування, антиколоніалізм, міжсекційність (визнання множинної дискримінації) внаслідок спрощеного їх запровадження у життя породжують супротив у вигляді фейків. Найбільш розповсюдженими фейками про «воукнес» вважають його звинувачення у обмеженні свободи слова. Так, чинна адміністрація в США притримується «антивоук» риторики. Відомий виступ на Мюнхенській безпековій конференції американського віце-президента Джей Ді Венса на **Мюнхенській безпековій конференції (2025 р.) містить критику закликів до інклюзивності та «політкоректності» як таких, що загрожують свободі слова** (The Speech That Stunned Europe, 2025). Тоді як воук-культура заявляє про те, що вона не забороняє свободу слова, а закликає до відповідальності за мову, яка може відтворювати дискримінацію. Також популярним фейком є звинувачення воукнес у знищенні класичної культури. Тоді як йдеться про критичне переосмислення останньої. Фейк про те, що воук представляє радикальну ліву ідеологію, також є вельми впливовим. Потужний механізм вироблення фейків авторитарними режимами примножує їх силу.

На відміну від нецифрового фейку, котрий розповсюджуються у вигляді пліток та чуток, цифровий фейк постає у вигляді носія новинної інформації. У доцифрову епоху здебільшого носіями новин є традиційні медіа. Надрукованим у газетах новинам читачі довіряють завдяки механізму їх функціонування, котрий передбачає, що неправдиву та неперевірену інформацію публікувати не вигідно. Репутація та довіра гарантують прибуток видавництву.

Для сучасних цифрових медіа вигідніше мати справу з хибною інформацією, аніж дошукуватись правди. Фейк як спотворена правда найкраще задовольняє цей запит. Потреба у фейкових новинах виникає не випадково. Постмодерністська настанова заперечення метанаративу та виправдання окремих дискурсів в zasadничує запит на власну правду. Цифрова епоха змушена прилаштуватись до цього запиту. Щоб задовольнити попит на власну

правду стрімко зростаючої кількості споживачів новин, цифрові медіа приречені звертатись до фейків, котрі відповідають різним інтересам та цінностям. На відміну від споживача класичних медіа цифровий споживач новин шукає не об'єктивні новини, а суголосну власним інтересам та цінностям інформацію.

Гіперреальність та цифровий фейк. Потрапивши у вирло функціонування фейку є ризик втрапити у гіперреальність. Йдеться про цифрову реальність симулякрів як онтологічно порожніх сутностей, котрі створюють 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.

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 у ХХ столітті, 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 є статусним символом успіху та матеріального благополуччя його власника, аніж зручним 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 суцього, 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 клапті території тліли б поволі на просторі карти».

Створена цифровим світом гіперреальність стає простором для функціонування медіа. Відстань у такому просторі між людиною та людиною значно зменшується, а ефект симулякра нівелює різницю між знаком та означуваним. Ці два фактори значно ускладнюють критичне сприйняття новин у просторі гіперреальності. Швидкість розповсюдження інформації та її онтологічна вторинність перешкоджають розпізнанню її фейкового характеру. Бодрійяр вважає, що симулякри заповняють культуру означуваним людської свідомості, а не світу. Відповідно такий стан свідомості абсолютизує суб'єктивне через анігіляцію об'єктивного. У просторі гіперреальності розрізнення уявного та реального втрачає сенс. Завдяки медіатехнологіям уявне знаходить можливість утілення в знаках, котрі продукують у людині хибні потреби. Так розгортається порочне коло надспоживання, зловтішання, агресії та недалекоглядності.

Знакові образи гіперреальності можуть бути значно цікавішими за існуючу дійсність, а тому приваблюють людей до себе з тим або поглинути їх реальність. Гіперреальність всмоктує в себе людину не лише своєю медійною складовою. Практично усі основні сфери людського життя трансформуються у гіперреальності, що породжує загрози для людського існування. Важливо віднайти засоби захисту правди від впливу фейкової інформації, котрі з огляду на гібридний характер останньої можуть бути запозичені із досвіду класичних медіа, але з урахуванням особливостей цифрової реальності. У ситуації інформаційної невизначеності є потреба у її критеріях, котрі б фіксували правдивість та об'єктивність інформації.

Український досвід протидії та законодавче регулювання. Україна протидіє фейкам на різних рівнях, поєднуючи правові, технологічні та гуманітарні підходи.

Правові та інституційні основи:

• Закони України «Про основи національного спротиву» та «Про медіа» регулюють цифровий простір та протидіють ворожим наративам.

- Проєкт Закону про засади державної політики національної пам'яті визначає такі поняття, як «історична антиукраїнська пропаганда» та «рашизм», що посилює боротьбу з фейками, спрямованими на руйнацію національної пам'яті.

- За державну політику в інформаційній сфері відповідають Міністерство культури та стратегічних комунікацій, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки та Служба безпеки України.

Громадські ініціативи:

- З 2014 року діє волонтерський проєкт «StopFake», який викриває неправдиву інформацію про Україну.

- Після повномасштабного вторгнення активізувалися цифрові платформи для фактчекінгу та оперативного спростування дезінформації.

Рекомендації. Для ефективної протидії фейкам необхідно:

- **Глибинний аналіз:** Інтегрувати філософське осмислення фейку як явища, що створює симулятивну реальність.

- **Освіта:** Інтегрувати основи критичного мислення в освітні програми для протидії маніпуляціям.

- **Актуалізація цінностей:** Відновити модерні цінності – істину, розум та критичне мислення – як основу нового просвітництва. Це допоможе протистояти постмодерністському релятивізму, який сприяє поширенню фейків.

- **Міжнародна співпраця:** Зміцнювати міжнародні платформи для співпраці у сфері інформаційної безпеки та суверенітету.

- **Постмодерністський контекст:** Захист від фейків вимагає створення нових критеріїв правдивості, які враховують гібридний характер цифрової інформації.

- **Досвід України:** Поглибити осмислення українського досвіду протидії фейкам як унікального прикладу гуманітарного спротиву.

Висновки.

1. **Гіперреальність** як феномен постмодерну заміщує реальність симулякрами – порожніми знаками без реального означуваного, що створюють ілюзію правди.

2. У **цифрову епоху** симулякри набувають особливої сили через медіа, які зменшують дистанцію між споживачем інформації та фейком, що ускладнює розрізнення між правдивим і вигаданим.

3. За Бодрійяром, сучасна культура абсолютизує **знаки** замість реальних речей, що веде до **втрати об'єктивності** та **домінування суб'єктивного сприйняття** дійсності.

4. Гіперреальність **підмінює реальність**, охоплюючи всі сфери життя та породжуючи **нові загрози** – від інформаційної маніпуляції до формування хибних потреб і залежностей.

5. **Фейкова інформація** стає органічною частиною цифрової гіперреальності, а отже, для збереження правди необхідно **переосмислити інструменти критичного мислення**, медіаосвіти й ідентифікації достовірного.

6. **Захист від фейків** можливий через формування нових критеріїв правдивості, які мають враховувати **гібридний характер цифрової інформації**, а також досвід класичних медіа.