

М.А. Кенесова 

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: kenesovam@inbox.ru.

МОДЕЛИ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ПОСТМОДЕРНИСТСКОМ ОБЩЕСТВЕ: СИМУЛЯКРЫ В МАСС-МЕДИА

Постмодернистское общество стало настолько зависимым от символов и знаков, что потеряло всякий контакт с реальным миром. Модель реального мира теперь подражает виртуальному миру. В этом процессе одну из главных ролей играет симулякр, который заменяет символы для создания искусственной концепции бытия современного человека. В данном случае роль средств массовой коммуникации заключается в интерпретации и передаче информации или истории в необходимом виде для определенных лиц. Поэтому современный человек является частью потребительского общества. То есть мы больше не приобретаем товары по необходимости, наоборот, наши желания и потребности зависят от рекламы и медиаизображений СМИ. Эти факторы массово отдаляют нас от реальности и окружающего мира.

Без масс-медиа контролировать потребительское общество было бы невозможным. Наиболее частое использование симулякров в СМИ наблюдается при освещении политических событий. Разного рода масс-медиа имитируют политическую прозрачность и занимаются манипуляциями. Следовательно, исследование современной работы медиа является необходимым в силу того, что ежегодно в сфере массовых коммуникаций появляются новые возможности и инструменты для воздействия на аудиторию. В данном случае, одним из таких инструментов является симулякр.

Цель научной статьи - изучить использование симуляций в международной журналистике. Анализировать итоговый результат воздействия журналистских материалов на аудиторию. Научная значимость работы представляется в виде доказательства превосходства симулякров в современной журналистике. Методология исследования заключается в теоретическом анализе существующих материалов на основе научной литературы. Результатом научной статьи послужит изучение явления симулякров на примере политического события под названием «Арабская весна» 2011 года. Практическое значение работы - привлечение внимания к явлению симулякров и исследованию симуляционных процессов.

Ключевые слова: симулякр, симуляция, гиперреальность, виртуальная реальность, массовые коммуникации.

M.A. Kengessova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: kenesovam@inbox.ru

Models of the new reality in postmodern society: simulacres in the mass media

Postmodern society has become so dependent on symbols and signs that they have lost all contact with the real world. Now the real world model imitates the virtual world. In this procession, one of the main roles is played by a simulacrum, which replaces symbols to create an artificial concept of being of modern man. Here, the role of mass media is to interpret and transmit information or history in the required form for certain individuals. Therefore, modern man is part of a consumer society. That is, we no longer purchase goods by necessity, on the contrary, our desires and needs depend on advertising and media images of the media. These factors massively distance us from reality and the world around us.

Without mass media, it would be impossible to control a consumer society. The most frequent use of simulacra in the media is observed when covering political events. Various kinds of media mimic political transparency and engage in manipulation. Therefore, a study of the modern work of the media is necessary due to the fact that annually in the field of mass communications new opportunities and tools for influencing the audience appear. In this case, one of these tools is a simulacrum. The purpose of the scientific article is to study the use of simulations in international journalism. To analyze the final result of the impact of journalistic materials on the audience. The scientific significance of the work is presented in the form of evidence of the superiority of simulacra in modern journalism. The research methodology

is a theoretical analysis of existing materials based on scientific literature. The result of a scientific article will serve as a study of the phenomenon of simulacra on the example of a political event, called the "Arab Spring" in 2011. The practical significance of the work is to draw attention to the phenomenon of simulacra and the study of simulation processes.

Key words: simulacres, simulation, hyperreality, virtual reality, mass communication.

М.А. Кеңесова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,
e-mail: kenesovam@inbox.ru.

Постмодернистік қоғамдағы жаңа шындық модельдері: масс-медиадағы симулякрлар

Постмодернистік қоғам рәміздер мен белгілерге тәуелді бола бастады, сондықтан олар нақты әлеммен байланысты үзді. Нағыз әлем моделі қазір виртуалды әлемге еліктейді. Бұл шеруде басты рөлдердің бірін қазіргі таңдағы адамның жасанды тұжырымдамасын жасау үшін символдар алмастыратын симулякр ойнайды. Мұнда бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі белгілі бір адамдарға қажетті нысанда ақпаратты немесе тарихты түсіндіру және беру. Сондықтан қазіргі адам тұтынушы қоғамның бөлігі болып табылады. Яғни, біз қажеттілік бойынша тауарларды сатып алмаймыз, керісінше, біздің тілектеріміз бен қажеттіліктеріміз бұқаралық ақпарат құралдарының жарнамасы мен бейнелеріне байланысты. Бұл факторлар бізді шындықтан және айналамыздағы әлемнен алыстатады. Бұқаралық ақпарат құралдарынсыз тұтынушы қоғамды басқару мүмкін емес. Масс-медиа құралдарында симулякрды жиі қолдану саяси оқиғаларды жариялау кезінде байқалады. Бұқаралық ақпарат құралдарының әртүрлі түрлері саяси ашықтыққа еліктейді және айла-шарғы жасауда.

Сондықтан қазіргі жұмысын зерттеу жыл сайын бұқаралық коммуникация саласында аудиторияға әсер етудің жаңа мүмкіндіктері мен құралдарының пайда болуына байланысты қажет. Бұл жағдайда осы құралдардың бірі – симулякр. Ғылыми мақаланың мақсаты – халықаралық журналистикада симуляциялардың қолданылуын зерттеу. Журналистік материалдардың аудиторияға әсерінің соңғы нәтижесін талдау. Жұмыстың ғылыми маңыздылығы заманауи журналистикада симулякрдың артықшылығы туралы дәлел түрінде ұсынылған.

Зерттеу әдістемесі – ғылыми әдебиеттерге негізделген материалдарды теориялық талдау. Ғылыми мақаланың нәтижесі 2011 жылдағы «Араб көктемі» деп аталатын саяси оқиға мысалында симулякр феноменін зерттеуге қызмет етеді. Жұмыстың практикалық маңыздылығы – симулякр құбылысына назар аудару және модельдеу процестерін зерттеу.

Түйін сөздер: симулякр, симуляция, гиперреализм, виртуалды шындық, бұқаралық байланыс.

Введение

Впервые термин «симулякр» ввел французский философ Ж. Батай. Однако, наиболее популярным он стал во второй половине 20-го века, после публикации философского трактата Ж.Бодрийяра «Симулякры и симуляция». По мнению французского философа, симулякры не основываются на текущей реальности, наоборот, формируют определенную копию, которая с легкостью может занимать место оригинала. Простым определением симулякра следует считать муляж. То есть он создает видимость, за которой не стоит реальная ситуация или событие.

Для Бодрийяра симулякр характеризует социально-политическую картину современного мира. Так, деятельность институтов власти, общества, культуры на самом деле считается своего рода симуляцией. Таким образом, мы получаем виртуальную реальность, состоящую из знаков. Некоторые исследователи отмечают, что формирование знаков можно контролировать

и создавать собственную картину мира. Пространство симулякров, в частности, выступает в качестве противоположной реальности. Явление виртуальной реальности, упомянутое выше, считается полем, где используются симулякры. Данное явление особо актуально с развитием информационных технологий. Внедрение в жизнь общества технологий способствовало присутствию симулякров во всех сферах жизнедеятельности человека.

Объектом исследования в статье являются симулякры в зарубежных материалах. Предметом выступают теоретические и практические знания журналистики, и их статус в информационном обществе.

Цель исследования – нахождение и способ применения симулякров в международных СМИ.

Методология исследования – основана на научной базе по данной тематике, с помощью которых мы сможем изучить симуляционные процессы в определенных политических ситуациях.

Исследование на примере политического кейса позволит выявить специфику симулякров в современных масс-медиа.

Материал и методы

Для объяснения утверждения о симулякрах обратимся к работам французского философа Жана Бодрийяра «Симулякры и симуляция». Теоретический метод позволит провести подробный анализ различных утверждений и домыслов ученого, которые раскрывают определенные закономерности и гипотезы. Абстрагирование материала предоставит возможность изучить явление симулякров с разных сторон и установить его специфику и свойства.

В научной статье также будет использован эмпирический метод сравнения, позволяющий сравнить сходства явлений и определить их различия. Данный метод мы применим для выявления эффективности симулякров в действии. Для исследования были отобраны и изучены материалы об «Арабской весне» 2011 года. Кроме того, проанализированы социальные сети, которые на тот момент являлись платформой для гражданского общества. Здесь оппозиционные движения смогли во всех трех отношениях доказать, что, несмотря на жесткую пропаганду в СМИ, люди сумели воспользоваться независимыми платформами социальных сетей при участии в политических и решениях. Также привлечь государственных чиновников к ответственности. (Коротаяев, Бутова 2011)

На практике рассмотрены социальные сети Twitter и Facebook, в которых к моменту государственных переворотов в арабском мире резко увеличилась активность пользователей. Посредством риторических манипуляций со СМИ и хаоса в информационном поле, сформировались ложные политические реалии, которые следует считать симулякрами.

Кроме того, проведен опрос среди людей в возрасте от 18 до 40 лет. Главная цель опроса узнать, насколько они хороши в определении фейков. Задумываются ли они о наличии недостоверных сведений при чтении какого-либо материала. На платформе SurveyMonkey созданы десять вопросов, которые показали, как симулякры под видом ложных новостей незаметно заменяют реальность на копии.

Научная методология

Изначально для изучения симулякров мы обратились к истории ее происхождения. Наиболее

известными исследователями симулякров являются Ж.Делез и Ж.Бодрийяр. Учения Делеза исходят из трудов известного греческого философа Платона. Дуализм сущности и внешнего вида, идеи и образа имеют правдивое представление в явлении симулякров. С точки зрения Делеза, мир полон симуляций и ложных средств. Его теория поясняет, что копии и изображения основываются на подобии. Подобие, в свою очередь, – это мера претензии, которая позволяет создать наивысшую идентичность. Таким образом, симулякр перестает быть копией и становится подобием. Тем не менее, необходимо учесть, что внутренняя часть симулякра не соответствует оригиналу (подобию) (Делез, 1995).

Главный аргумент Бодрийяра в книге «Симулякры и симуляция» заключается в том, что ничто в нашей культуре не является реальным в истинном смысле этого слова. Все, что мы считаем реальным, это просто симулякр, который является представлением или копией, где подобие больше не существует. Например, статуя человека или изображение, которые ошибочно принимаются за реальность. На самом деле это символы и знаки симулякров. Символы заставляют нас жить в симуляции реальности, которую Бодрийяр называет гиперреальностью. Гиперреальность – это состояние бытия, когда различие между реальностью и ирреальностью настолько размыто, что мы не в состоянии понять, где оно начинается, а где заканчивается. В своем труде автор вспоминает старую басню о короле, который хотел карту со своим королевством. Для этого он нанял лучших картографов для составления карты. Со временем королевство исчезло, однако карта стала представлением реальности, в качестве знака. По мнению Бодрийяра, в современном обществе происходит аналогичная ситуация (Бодрийяр, 1996).

Явление виртуальной реальности не является чем-то новым в нашем обществе. Его статус в информационном пространстве с каждым разом становится все более значимым. Также в его статье «Реквием по СМИ» упоминается решающая роль средств массовой коммуникации в формировании постиндустриального общества. Интеграция пространства речи и ответа делает возможным систему общественного контроля. Следует отметить, что Бодрийяр видит факты манипуляции и в межличностном общении, также как и в СМИ. Если провести соотношение между знаками и символами, которые являются частью симуляции, то для постмодернистского общества это товары, продукты и вещи. Данные

факторы являются основным инструментом, используются в создании телевизионного контента. Таким образом, для Бодрийера симуляция разрушает смысл и значение информации, взамен она поглощает общение и реакцию аудитории на то или иное событие (Бодрийер, 1996).

В частности, это также связано с особенностями постиндустриального общества. Футуролог Э.Тоффлер в своей концепции общества «третьей волны» описывает индивидуальные критерии общества нашего времени. Прежде всего, зависимость ценностей и отношений от информационных технологий. Точнее постоянная приверженность к дестандартизации и неустойчивости, которая тесно связана с широким доступом к информации. В данном случае медиа выступают связующим звеном между обществом и информацией. Коммуникация между двумя объектами способна контролировать политическую, экономическую или социальную ситуацию в обществе (Тоффлер, 2004).

Симулякры как один из элементов коммуникации особенно характерен для постиндустриального общества из-за своей силы создавать виртуальную реальность. Отсюда следует, что главная роль симулякра – замена истины и создание многообразия, которое способно затмить действительность от внимания аудитории. Идеальным местом для существования симулякров является политика. Инструменты политики следует представить одной формулой: «существование народа невозможно без государственного аппарата». Чтобы поддерживать убежденность народа в зависимости от этой формулы, необходимо принимать различные внушительные операции. Иначе говоря, структуры власти используют симулякры с целью укрепить ценность своего существования и авторитет.

Ж. Бодрийер в труде «Симулякры и симуляция» описывает как созданная симулякрами виртуальная реальность создает видимость социальной активности народа (Бодрийер, 1996). Например, наличие в странах оппозиционных партий или движений. Такую закономерность можно проследить в политической жизни стран бывшего постсоветского пространства. Власти посредством символов создают видимость существования полемики в политике государства. Скрытая поддержка оппозиционных партий или общественных движений формирует в умах социума прообраз демократического государства. Тем самым симулякр заполняет пустоту гражданского недовольства и становится симуляцией.

Отсюда следует, что тесное взаимодействие

с обществом следует рассматривать как фундаментальную роль в информационном пространстве. Для симуляции используются процессы, явления и события. Создавая искусственную реальность, это явление искажает или скрывает действительность, которой может не существовать вовсе. Таким образом, симулякры способны ориентировать общество в потоке информации, в том направлении, которое необходимо определенному субъекту.

По мнению французского философа, средства массовой коммуникации никак не заинтересованы в двустороннем общении. Даже если рассмотрим использование симулякров в виде звуковых эффектов на телевидении, это тоже считается проявлением симуляции. Звук закадровых аплодисментов или смеха, эмоционально направляет телезрителя и дает подсказку. То есть, где им стоит смеяться, где аплодировать. Из этого следует, что невербальная инсталляция звука формирует единую зрительскую эмоцию (Бодрийер, 1999).

Следующая формула «речь без ответа», обусловленная тем, что СМИ по-прежнему считают себя представлением объективной реальности. Отчасти, это верное заключение. Информация и реальность не являются противоборствующими сторонами, наоборот они занимаются определением реальности в ее разных формах, создавая эффект присутствия. Современные медиа, основываясь на данной формуле, производят наиболее надежное и устойчивое измерение реальности, способное удовлетворить любую потребность общества.

Роль симулякров в информационном пространстве не определяется исключительно этими двумя формулами. Также стоит выделить характерную для симулякров функцию влияния на морально-общественные ценности. Наблюдая за информационно-коммуникационной революцией, которая происходит в современном обществе, мы видим трансформацию экономической, социальной и культурной сферы. Это происходит за счет эффекта синергизма и конвергенции. Радикальный технологический прорыв стимулирует к разрушительным инновациям. Он дестабилизирует экономические и социальные модели. В основном это связано с тремя событиями: информационная революция, цифровая и социально-культурная интеграция. Морально-общественные ценности, сформированные на культурной интеграции, являются частью символической реальности. Виртуальная реальность убрала барьер, который ограничивал развитие

симулякров в обществе. В результате мы можем наблюдать метафоризацию современных сложных процессов. Избыток символического содержания (гиперреальности) усугубляет распад между физической и психологической связью. Этот процесс влияет на морально-общественные ценности за счет чрезмерного количества изображений, знаков и символов в информационном пространстве.

Основываясь на учении симулякров, мы пришли к мнению, что Бодрийяр предвидел будущее нашего общества. Как он и предполагал большую часть времени человек проводит в виртуальной реальности. Цифровые платформы формируют мнение индивидуума и направляют его в действия. Иногда бессознательное доверие мнению большинства приводит к критическим последствиям. Перенасыщение ведет к дезориентации, отчуждению и неопределенности того, чего хочет той или иной объект. Выражение собственного мнения ассимилируется и становится частью массовой культуры. В итоге симулякры ликвидируют иерархическое определение ценностей в пользу массовости. Также и глобализацию культуры необходимо назвать главным продуктом симуляции ценностей. Интерпретация современного мира меняет наше мышление и определяет ее не с точки зрения индивидуума, а с точки зрения большинства. Заимствование традиций, языка, поведения ведет к так называемой диверсификации, образуя трещины внутри общества. Таким образом, основной целью нашего исследования является изучение воздействия и характеристика симулякров в масс-медиа. Методы исследования – поиск симулякров в политическом событии 2011 года, называемом «Арабской весной».

«Арабская весна» – революционное движение в Северной Африке и на Ближнем Востоке. Оно началось в декабре 2010 года с революции в Тунисе, затем распространилось на другие арабские страны. Например, Египет, Сирия и ОАЭ. Несмотря на отсутствие каких-либо предвестников масштабных восстаний, репрессивный режим и экономический кризис дали понять, что революция в этих странах была неизбежна. Рычагом восстаний послужил продавец из Туниса, который поджег себя в знак протеста и впоследствии умер. (Haas & Lesch, 2013)

По мнению некоторых экспертов, этот случай был проигнорирован СМИ, однако социальные сети широко распространили эту информацию. В дальнейшем инструменты современных информационных технологий использовались в

качестве инструмента для поддержки растущего недовольства среди граждан арабских государств.

В научной работе мы изучили данные о масштабах проникновения социальных сетей в арабские страны. Идея исследования заключается в том, чтобы показать, как с помощью социальных сетей распространение симулякров стало ускоренным и действенным. Будучи социалистическим и постмодернистским мыслителем, Бодрийяр исследовал большое количество различных предметов. Среди них были капитализм, технологический прогресс, культура, СМИ, терроризм и глобализация. Общие подходы французского философа предполагают изменения в контуре своего времени. В нашем случае, мы рассматриваем влияние СМИ в образе симулякра на общество. Хотя он тщательно опровергает мысль о том, что технология – это нейтральный инструмент, который можно использовать по-разному. На самом деле технологический эффект дает возможность тщательно исследовать симуляцию реальности и явление гиперреальности в масс-медиа. Современные устройства виртуальной и дополненной реальности, такие как Google Glass, VR доказали, что с использованием новейших технологий медиа-контент, схожий с реальностью, намеренно увлекает социум потреблять больше вне зависимости от желаемого (Маклюэн, 2003).

Также, основываясь на работе Бодрийяра «Реквием по СМИ», необходимо отметить, важнейшую роль журналистов. Здесь медиа не просто пассивный инструмент, который влияет на наше социальное взаимодействие. Это скорее движущая сила, формирующая и искажающая восприятие толпы. Каждый момент в жизни индивидуума является смоделированным изображением, транслируемым медийными каналами. Они в свою очередь отклоняют нас от нашей реальной идентичности и дают нам новые. Это может быть образ жизни. Так, восприятие красоты, пола и убеждений граждан находится под прямыми образами, которые демонстрируют СМИ и социальные сети. Арабская весна 2011 года, свержение диктаторского режима во многих странах является одним из ярких примеров, где события были спровоцированы платформами социальных сетей (Гарбузняк, 2017).

Однако, мы рассмотрим не действенность социальных сетей, а работу местных СМИ, которые освещали революцию в арабском мире. Надо отметить, что работа журналистов на самом деле направляла недовольные массы на различные

действия. Государственные СМИ, публиковавшие информацию, одобренную правительством, создавали картину, воздействующую на зрительский ряд. Данные СМИ участвовали в информационной войне, которая шла наряду с гражданской. Например, спутниковые телеканалы «Аль-Джазира» и «Аль-Арабия» ясно выдавали ложные события в Ливии за реальность. Кроме них, британский телеканал ВВС занимался аналогичной дезинформацией, которая нагнетала обстановку не только в ливийском государстве, но и за ее пределами (Коротчаев, Бузова 2011).

Немаловажную роль сыграли социальные СМИ, которые демонстрировали формулу гиперреальности – «смена власти». За счет доступных социальных сетей оппозиционные движения смогли объединиться и проводить символический обмен с реальностью. Обмен позволил поставить под сомнение подлинность образа жизни, ценности и идеологию, которые существовали долгое время в государствах Аравии. Важными частями этой культуры были психоделические вещества, то есть в нашем случае доступ к социальным сетям (Бурдье, 1993).

В результате исследования мы обнаружили, что в первую очередь массовые восстания характеризуются коллективными действиями граждан арабских стран. Следует отметить, одну из специфик симулякров – массовость. Точнее говоря, технология симулякров, особенно действия в современном обществе, которые действуют в пользу большинства. В социальных платформах Facebook и Twitter распространялись информация, плакаты, проходили коллективные обсуждения, проводился сбор средств с целью поддержать протестующих. Одним из ярких примеров является убийство известного блогера Египта Халеда Саида. В июне 2010 года Саида избил полиция, вскоре видео избиения попало в сеть. Пользователи сети были возмущены незаконной деятельностью сотрудников полиции. После этого случая, местный активист и компьютерный инженер Ваэль Гоним создал страницу в Facebook «Мы все Саид». Страница смогла привлечь около 500 тысяч пользователей. Вдохновленный на тот момент революцией в Тунисе Ваэль Гоним призвал всех участвовать в акции протеста 25 января. Позже в истории Египта это станет «Днем гнева», то есть началом революции (Eriksson, Franke, Granasen, Lindahl, 2013).

Таким образом, присутствие симулякров в массовых восстаниях, называемых «Арабской весной», являются частью симуляций, основанных на символах и знаках. Так, дезориентация

массовости в просторах социальной сети позволила определенным лицам контролировать действия народов.

Обзор литературы

Научная работа основывалась на труде французского философа и социолога Жана Бодрийера «Симулякры и симуляции», который более подробно изучил явление симулякров в мире. Используя различные аналогии в книге, автор пытается объяснить, в чем же разница между обычной ложью и симуляцией. Тем не менее, читая книгу, необходимо параллельно искать объяснения некоторым примерам отдельно из других источников.

Однако главной особенностью книги следует считать модель постмодернистского общества – смоделированный опыт (симулякр). Проникший в реальность настолько сильно, что границы между правдой и ложью остались прозрачными.

Следующая книга – труд французского философа-постмодерниста Жиль Делеза «Логика смысла». Автор описывает все метаморфозы, произошедшие в современном постмодернистском мире. Для нашего исследования его труд использовался с целью доказать, что логика объективности перестала занимать главенствующую роль для масс-медиа. Именно пренебрежение достоверными фактами и возможность их переиграть в собственных целях превалирует среди ценностей нынешнего журналиста. Книга Пьера Бурдье «Социология и политика» помогла изучить поле политики потребительского общества. Так же как и у Делеза, логика является одним из главных компонентов, на котором строится современное политическое общество. Изучение социологической иерархии Бурдье позволила понять, как действовало общество и страны в период Арабской войны 2011 года.

«Символический обмен и смерть» Жана Бодрийера описывает то, как происходит смена ценностей общества за счет символического обмена. Наваждение со стороны СМИ и других массовых коммуникаций способствует отклонению общества в разные индивидуальные стороны. Например, бессознательное подчинение масс к власти. Для понятия современного медиа мы обратились к работе канадского философа и теоретика медиа и коммуникации Герберта Маршалла Маклюэна, а именно к научному труду «Понимание медиа. Внешние расширения человека». Помимо классических представлений журналистики, Маклюэн изучает другие виды культуры, которые являются частью коммуни-

каций. Так как в нашем исследовании мы обращались к социальным сетям, нам необходима была модель развития общества до появления сети интернет, чтобы понять, существовали ли симулякры до информационно-технологической революции. Теоретик делит средства коммуникации на «холодные» и «горячие», которые характеризуют силу эмоционального влияния на аудиторию. «Горячие» средства коммуникации были наполнены визуальными данными, то есть фотографиями и видео. Эти познания позволили обозначить новое свойство симулякров – степень участия аудитории.

Книга немецкого философа Никласа Лумана «Реальность масс-медиа» помогла нам описать универсализм современных масс-медиа. Их способность соединять несколько инструментов журналистикой деятельности и генерировать из него нечто новое, способное воздействовать на моральные убеждения аудитории. Работа американского экономиста-теоретика Джона Гэлбрейта «Новое индустриальное общество» позволила объяснить особенности потребительского общества. Несмотря на то, что автор рассматривал изменения в обществе с экономической стороны, мы смогли разобраться в некоторых особенностях общества нашего времени. Как постиндустриальная система формирует внутреннюю и внешнюю политику государств и оппозиционные настроения. Кроме того, мы рассмотрели стенограмму лекции филолога Максима Анисимовича Кронгауза «Язык и коммуникация: новые тенденции». Повсеместно с развитием мультимедиа меняется язык и стиль массовых коммуникаций, поэтому мы изучили современные тенденции в масс-медиа. Профессор выделяет наличие конструкций, при которых устная речь переходит в письменную в интернет-пространстве. Важно отметить аббревиатуры, которые получили широкое распространение в интернет-языке. Для нашего исследования необходимо знать и понимать, какой стиль общения использовался между участниками восстаний «Арабской весны» 2011 года.

Научный труд Джейсона П. Дэвиса, Кэйтлин М. Эйсенхарт и Кристофера Б. Бингама «Развитие теории с помощью методов симуляции» объясняет все процессы через систему событий «реального мира», где методы симуляции выступают в качестве виртуальных экспериментов в компьютерном моделировании, чтобы использовать альтернативные предположения для конструирования другой реальности. В научном исследовании Юри Деви и Манаша Прагим Госвами «Масс-медиа и научная коммуникация» мы

смогли изучить, как лингвистика при коммуникации меняет факты, мнение и ценности. Итак, изучая политическое событие, мы также обратились к научному труду Кузнецова И.С. и Славина В.А. «Политические медиамемы как симулякры медиaprостранства». Социальные сети были главным инструментом взаимодействия в обществе в период Арабской весны 2011 года. Поэтому медиамемы в тот момент несли не только юмористический характер, но и влияли на глобальную реальность в медиа.

Научное исследование Саймона Энхольта «За пределами национального бренда: Роль имиджа и идентичности в международных отношениях» доказало, что брендинг влияет на все сферы жизнедеятельности человека, ровно так же как и симуляции. Однако, существуют некоторые различия с технической стороны. Брендинг – это часть маркетингового хода, возможность создать хорошую репутацию для какой-либо продукции, что также важна и в политических процессах. Имиджбилдинг, используемый государствами, имеет предпосылку к термину брендинга. Данное явление было рассмотрено нами для понятия того, к каким средствам прибегают СМИ при создании симуляции.

Научная работа А. Казамиаса «Гневные революции» на Ближнем Востоке: ответ на десятилетия неудачных реформ» дала возможность рассмотреть причинно-следственные отношения между обществом и властями, узнать события, которые предшествовали крупным восстаниям. Для изучения роли массовых коммуникаций в период арабской революции мы обратились к научному исследованию «Социальные медиа и ИКТ во время арабской весны». Авторами являются М. Эрикссон, У. Франке, М. Грансен, Д. Линдаль. Исследование Э. Олоруннисола и Б. Л. Мартина «Влияние СМИ на общественные движения: проблематизация гиперболических выводов о воздействиях. Телематика и информатика» позволило понять структуру общественных движений в период революции. В книге журналиста Е. Морозова «Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети» изучены новые инструменты воздействия в сети.

Результаты и Обсуждение

Результатом научной работы является практическое представление симулякров в масс-медиа. Несмотря на не до конца изученное явление симуляций в постмодернистском мире, его инструменты массово используются не только в

политических либо социальных сферах, но и в журналистике. Особенно масштабность применения симулякров усилилась в эпоху развития информационных технологий.

Используя теоретический подход при изучении предмета исследования, мы смогли применить его на примере революций в странах Ближнего Востока и Северной Африки. Здесь мы заметили закономерность развития событий. То есть манипуляции через социальные сети и цензура местных масс-медиа привели к притуплению таких механизмов сознания, как рациональность и критичность мышления. Вследствие

чего, бессознательность стала симулятивной моделью. За счет большого количества данных в научной литературе и журналистских материалов журналистов мы смогли провести анализ, чтобы разобрать присутствие симуляции. В итоге мы пришли к мнению, что симуляция «арабской весны» заключается в преувеличении масштабов революции.

Практическая часть исследования, которая заключалась в опросе, показала процентное соотношение по нескольким критериям. Во-первых, 67% опрошенных заявили, что не занимаются постоянной проверкой новостей (Рис. 1).

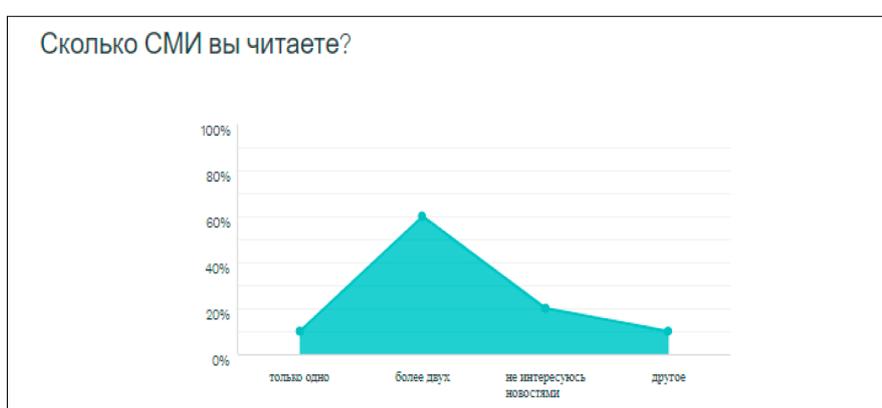


Рисунок 1

Во-первых, около 70 % человек никогда не слышали о явлении симулякров в СМИ. Что еще раз до-

казывает необходимость изучить и объяснить ответственности об инструментах симуляции (Рис. 2).

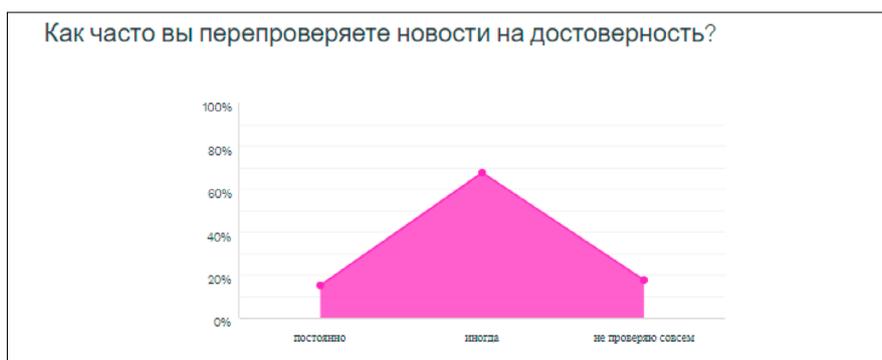


Рисунок 2

Также для опрашиваемых были подготовлены аналитические вопросы, в которых требовалось определить фейк. Вариантами ответов были различные кейсы, среди которых было три фейка и одна достоверная информация. Результаты ответов продемонстрировали

массовость мышления современного общества. Ответ каждого сопровождался общими знаниями, на основе ключевых и знаковых слов в заголовках статей. При этом общая статистика правильных ответов составила 17-36%. (Рис. 3).

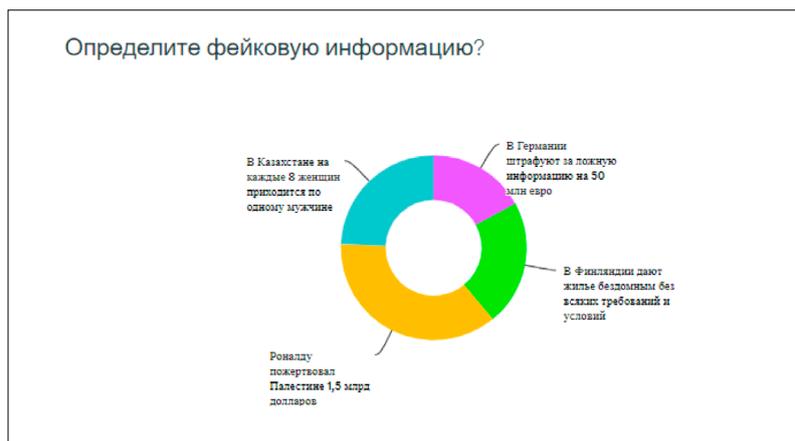


Рисунок 3 – Правильный ответ – «В Германии штрафуют за ложную информацию на 50 млн евро»

Заключение, выводы

Более подробное знакомство с симулякрами позволит понять, как работают симуляции не только в зарубежной, но и в отечественной журналистике. Прежде всего, это образовательная ценность и привлечение внимания к этому явлению. Теоретическая база полезна по ряду причин. Для начала это пример новых технологий, которые могут использоваться неожиданно или с большей мощностью, чем предполагалось. В данном случае контекст симулякров использовался для содействия протестам и на короткое время опережал функцию правительства контролировать быстро меняющуюся информационную среду. Далее, исследования симулякров проводились в основном в области социальных наук, что затрудняет приписывание некоторых

характеристик для различных средств массовой информации. В-третьих, результаты изучения природы симулякров позволят доказать превосходство социальных сетей над СМИ в современном информационном пространстве. Это доказали действия властей в период «Арабской весны», то есть их усилия по ограничению сетевых протестов, которые в последующем привели к демонстрациям в физическом пространстве.

Также нашей целью было уточнить, как и когда использовать методы симуляции. Если учитывать факт того, что СМИ передают, трансформируют и изображают симулякр, как реальность в рамках информационного пространства. То есть концепция симулякра является отличной возможностью популяризовать мощный потенциал мультимедиа.

Литературы

- Бодрийяр Ж. (1996) Симулякры и симуляция. Философия эпохи постмодерна. – Минск.
- Бодрийяр Ж. (1999) Реквием по СМИ. Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – СПб., С. 33.
- Бодрийяр Ж. (2000) Символический обмен и смерть. – М., С. 67.
- Brett W. (2019) Social Media and Baudrillard's Simulations and Simulacra. Media.com. <https://medium.com/@brettwilliams-mulligan/social-media-and-baudrillards-simulation-and-simulacra-a1adae355dc1>
- Бурдые П. (1993) Социология политики. – М., С. 109-113.
- Бурова А.Н., Коротаяев А.В. (2011) Арабская весна: хроника событий: Арабская весна 2011 года: Системный мониторинг глобальных и региональных рисков. – М., С. 21
- Гарбузняк А.Ю. (2017) Феномен постправды: границы понятия // Материалы Международной научно-практической конференции (22 декабря 2017 г.). М.: Издательство АПК и ППРО.
- Davis J., Eisenhardt K., Developing theory through simulation methods, The Academy of Management Review, 32(2), С. 480-499.
- Делез Ж. (1995) Логика смысла. – М., С. 112.
- Eriksson M., Franke U., Granasen M., Lindahl D. (2013) Social media and ICT during the Arab Spring, P. 24
- Grad I., Frunza M. (2019) Advertising, simulacra and hyper-reality. ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/publication/332014939_Advertising_simulacra_and_hyper-reality
- Jones P., Holmes D. (2011) Key Concepts in media and communications. Sk.sagepub.com. <http://sk.sagepub.com/books/key-concepts-in-media-and-communications/n41.xml>

- Kaneva.N. (2018) Simulation nations: Nation brands and Baudrillard's theory of media. ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/publication/322800179_Simulation_nations_Nation_brands_and_Baudrillard's_theory_of_media
- Kazamias A. (2011) The «Anger Revolutions» in the Middle East: an answer to decades of failed reform. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 13(2), P.143–156
- Law, A., Kelton, D. (1991) *Simulation modeling and analysis*. New York: McGraw-Hill.
- Луман Н. (2005) Реальность масс-медиа. Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. С. 43.
- Маклюэн М. (2003) Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. М., С. 95.
- Морозов Е. (2014) Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. – М., С. 42-45.
- Olorunnisola A. and Martin B.L. (2013) Influences of media on social movements: Problematizing hyperbolic inferences about impacts. *Telematics and Informatics*, 30(3), P.275–288
- Paura R. (2019) Science in the age of hyperreality. Conference: Truth and facts in the humanities and in the sciences. Alma Mater University di Bologna
- White M. (2018) To what extent has social media become a simulacrum of reality? ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/post/To_what_extent_has_social_media_become_a_simulacrum_of_reality

References

- Bodriyyar Zh. (1996) Simulyakry i simulyatsiya [Simulacres and Simulation]. *Filosofiya epohi postmoderna*. – Minsk.
- Bodriyyar Zh. (1999) Rekvjem po SMI. Poetika i politika [Requiem for the media]. *Almanah Rossiysko-frantsuzskogo tsentra sotsiologii i filosofii Instituta sotsiologii Rossiyskoy Akademii nauk*. – SPb., S. 33.
- Bodriyyar Zh. (2000) Simvolicheskiy obmen i smert [Symbolic exchange and death]. М., S. 67.
- Brett W. (2019) Social Media and Baudrillard's Simulations and Simulacra. Media.com. <https://medium.com/@brettwilliams-mulligan/social-media-and-baudrillards-simulation-and-simulacra-a1adae355dc1>
- Burde P. (1993) Sotsiologiya politiki [Sociology of politics]. М., S. 109-113.
- Burova A.N., Korotaev A.V. (2011) Arabskaya vesna: hronika sobyitiy: Arabskaya vesna 2011 goda: Sistemnyiy monitoring globalnyih i regionalnyih riskov [Arab spring: chronicle of events: Arab spring 2011: Systematic monitoring of global and regional risks]. М., S. 21
- Garbuznyak A.Yu. (2017). Fenomen postpravdyi: granitsyi ponyatiya [The phenomenon of the post of truth: the boundaries of the concept]. *Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (22 dekabrya 2017 g.)*. М.: Izdatelstvo APK i PPRO.
- Davis J., Eisenhardt K., Developing theory through simulation methods, *The Academy of Management Review*, 32(2), S. 480-499.
- Delez Zh. (1995) Logika smysla [Logic of meaning]. – М., S. 112.
- Eriksson M., Franke U., Granasen M., Lindahl D. (2013) Social media and ICT during the Arab Spring, P. 24
- Grad I., Frunza M. (2019) Advertising, simulacra and hyper-reality. ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/publication/332014939_Advertising_simulacra_and_hyper-reality
- Jones P., Holmes D. (2011) Key Concepts in media and communications. Sk.sagepub.com. <http://sk.sagepub.com/books/key-concepts-in-media-and-communications/n41.xml>
- Kaneva.N. (2018) Simulation nations: Nation brands and Baudrillard's theory of media. ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/publication/322800179_Simulation_nations_Nation_brands_and_Baudrillard's_theory_of_media
- Kazamias A. (2011) The «Anger Revolutions» in the Middle East: an answer to decades of failed reform. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 13(2), P.143–156
- Law, A., Kelton, D. (1991) *Simulation modeling and analysis*. New York: McGraw-Hill.
- Luman N. (2005) Realnost mass-media [The reality of the mass media]. *Elektronnaya publikatsiya: Tsentr gumanitarnyih tehnologiy*. S. 43.
- Maklyuen M. (2003) Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding media: External human extensions]. *Elektronnaya publikatsiya: Tsentr gumanitarnyih tehnologiy*. М., S. 95.
- Morozov E. (2014) Internet kak illyuziya. Obratnaya storona seti [The internet as an illusion. Reverse side of the network]. М., S. 42-45.
- Olorunnisola A. and Martin B.L. (2013) Influences of media on social movements: Problematizing hyperbolic inferences about impacts. *Telematics and Informatics*, 30(3), P.275–288
- Paura R. (2019) Science in the age of hyperreality. Conference: Truth and facts in the humanities and in the sciences. Alma Mater University di Bologna
- White M. (2018) To what extent has social media become a simulacrum of reality? ResearchGate.net. https://www.researchgate.net/post/To_what_extent_has_social_media_become_a_simulacrum_of_reality