

Секция «Социология»

Феномен псевдокоммуникации в современном обществе

Бакланцева Антонина Анатольевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: Tonica.Rara@yandex.ru

В современных условиях вопрос о трансформации процессов коммуникации приобретает статус особой значимости, поскольку очевидным становится факт искажения ее первоначальных функций. Обмен информацией, установление контакта и взаимодействия между индивидами сменяются элементарной трансляцией беспредметной информации и, как следствие, все большим распространением такого феномена, как псевдокоммуникация.

Псевдокоммуникация (от греч. *pseudos* - ложь и лат. *communico* - делаю общим, связываю, общаюсь) - коммуникация, в ходе которой происходит расхождение смысла переданной и полученной информации [5].

Т.М. Дридзе рассматривает псевдокоммуникацию в контексте с квазикоммуникацией, определяя оба эти феномена как «... те, при которых создается иллюзорность общения, на самом деле не затрагивающего механизмы восприятия сказанного собеседником. Псевдокоммуникация возникает в случае передачи информации и неполучении адекватной реакции на нее. Квазикоммуникация характеризует ситуацию, когда стороны не только не обмениваются информацией, но и не стремятся это делать» [4].

П. Бурдые объясняет псевдокоммуникацию как коммуникативные процессы, подразумевающие использование уже сформулированных идей и готовых стереотипов для создания иллюзорности коммуникации.

Можно выделить наиболее общие черты, определяющие сущность псевдокоммуникации. Прежде всего, это несимметричность общения, то есть отсутствие самого эффекта диалога между адресатом и реципиентом, невозможность реализации интенций коммуникантов, а также трансляция информации без какой-либо необходимости ее адекватного понимания.

Особенно четко наличие указанных черт можно наблюдать в деятельности современных средств массовой коммуникации, где ее информационно-содержательный аспект уходит на второй план, а то и вовсе размывается. Основным вопросом здесь становится не то, что передавать, а то, сколько, как и кому. При всем этом создается прочная иллюзорность общения за счет, казалось бы, сохранения ключевых элементов процесса коммуникации. Подтверждением этого является современное телевидение, с его политическими программами, ток-шоу, рекламой.

Другим примером псевдокоммуникации может служить виртуальное общение в сети Интернет, которое зачастую становится эмуляцией межличностного взаимодействия, временно маскируя такие проблемы человека как одиночество, неспособность самовыражения и самореализации, которые в свою очередь, являются безусловным следствием подмены реального диалога и приводят к непосредственной атомизации общества.

Популярная музыка, кино, реклама, и другие виды современного искусства сегодня зачастую лишены какого-либо идеологически ценного контента и направлены, главным

образом, на подавление потребности в естественной коммуникации и ухода от действительно существенных проблем.

На примере современной России, включенной в мировое информационное глобализационное пространство, можно проследить трансформацию межгрупповых и межличностных коммуникаций. Социальные институты и социальные группы приобретают как новые интегрирующие, так и дифференцирующие функции. В межличностном взаимодействии наблюдаются элементы творческой и мыслительной атрофии, появляются новые виды отчуждения, например, за счет популяризации виртуального межличностного общения в сети Интернет и сокращения «эффекта коммуникации», а, следовательно, и самого социального взаимодействия.

Резюмируя все вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что современные коммуникативные механизмы в условиях научно-технического прогресса и глобализирующих процессов уже давно и неизбежно претерпели качественные изменения, во многом противоречащие их изначальной социальной роли и функциям. Нарушается первоначальная цель коммуникации, создается иллюзорность общения, отсутствует «эффект диалога» как смыслового контакта, что сопровождается укреплением позиций псевдокоммуникаций, транслирующих псевдоценности и нормы, создающих псевдореальность и, в конечном счете, приводящих к необратимым изменениям в социальной структуре общества и отдельной личности.

Непреодолимый интерес к данному феномену со стороны научного сообщества, а главное – та незаменимая роль, которую играет псевдокоммуникация в социальном развитии, указывает на необходимость его дальнейшего подробного рассмотрения и еще раз обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Литература

1. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие.- М.: КНОРУС, 2010.- 256с.
2. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997.
3. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. 4-е изд. – М.: Издательский дом международного университета в Москве, 2009.- 832с.
4. Дридзе Т.М. «Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии»
5. Социологический словарь // <http://enc-dic.com/sociology/Psevdokommunikacija-5918.html>

Слова благодарности

Спасибо за внимание!