

## ФЕНОМЕН КАМУНІКАЦЫІ Ў КУЛЬТУРЫ

**В. М. Белакурскі**, кандыдат філасофскіх навук, дацэнт, дацэнт кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін установы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»;

**Ж. Я. Белакурская**, кандыдат філалагічных навук, дацэнт, дацэнт кафедры міжкультурных камунікацый і рэкламы ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

**Анатацыя.** У артыкуле разгледжаны феномен камунікацыі ў гісторыі грамадства. Супастаўлены яго найбольш актуальныя аспекты ў даследаваннях навукоўцаў. Аўтары аргументавана даводзяць тое, што ў наш час, калі ў грамадстве існуе імкненне эфектыўна арганізаваць міжкультурны камунікатыўны працэс, немагчыма абыйсціся без глыбокага тэарэтычнага асэнсавання шэрагу канцэпцый камунікацыі, закранутых у артыкуле. Асобная ўвага звернута на сучасныя мадэлі камунікацыі, а таксама на камунікатыўныя бар'еры, якія патрабуюць пераадолення.

**Ключавыя словы:** камунікацыя, Антычнасць, рыторыка, тэкст, семіётыка, дыкурс, камунікатыўнае дзеянне, мадэлі камунікацыі, бар'еры камунікацыі.

## THE PHENOMENON OF COMMUNICATION IN CULTURE

**V. Belakurski**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Disciplines of the Educational Institution «The Belarusian State University of Culture and Arts»

**Z. Belakurskaya**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Intercultural Communications of the Educational Institution «The Belarusian State University of Culture and Arts»

**Abstract.** The article discusses the phenomenon of communication in the history of society. The author compares its most relevant aspects in the research of scientists. The authors argue that in our time, when there is a desire in society for the effective organization of the process of intercultural communication, it is impossible to do without a deeper theoretical understanding of a number of communicative concepts discussed in the article. The author pays special attention to modern models of communication, as well as communication barriers that need to be overcome.

**Keywords:** communication, antiquity, rhetoric, text, semiotics, discourse, communicative action, communication models, communication barriers.

Сучасная існасць чалавека разумеецца як сумеснае існаванне з іншымі людзьмі і прадугледжвае ў якасці свайго атрыбуту здольнасць, а таксама патрэбу да ўзаемных зносін для пабудовы на гэтай аснове формаў сумеснага жыцця. Неадназначнасць дадзенага працэсу, яго імклівы характар, сіла ўздзеяння на чалавека і грамадства дыктуюць неабходнасць усебаковага даследавання феномена камунікацыі ў сучаснай культуры.

Сёння даследчыкі пад камунікацыйнай пераважна разумеюць «спецыфічную форму ўзаемадзеяння людзей па перадачы інфармацыі ад чалавека да чалавека, якая ажыццяўляецца пры дапамозе любых знакавых сістэм» [3, с. 18].

Адзін з заснавальнікаў амерыканскай сацыялогіі Чарльз Кулі бачыў у камунікацыі «механізм, пасрэдніцтвам якога становіцца магчымым існаванне і развіццё чалавечых адносін – усе сімвалы розуму разам са спосабамі іх перадачы ў прасторы і захавання ў часе. Яна ўключае міміку, зносіны, тон голасу, слова, пісьмо, друк, чыгункі, тэлеграф, тэлефон, а таксама апошнія дасягненні па заваяванню прасторы і часу» [1].

Вытокі паняцця «камунікацыя» навукоўцы бачаць у Старажытнай Грэцыі. Антычныя мысліцелі разам з розумам-логасам шанавалі таксама мову-логас. Вядома, што ў грамадскім і палітычным жыцці антычнага полісу шырока выкарыстоўваліся красамоўства, рыторыка. Асаблівы давер народнага сходу выклікалі менавіта прамоўцы, якія валодалі сілай вуснага слова, а рэгулятарам грамадскага жыцця служыў «номас» – закон у выглядзе пісьмовага тэксту.

Вырашальную ролю ў вылучэнні тэорыі камунікацыі як асобнай вобласці ведаў адыграла нараджэнне і развіццё семіётыкі. Выступаючы новым напрамкам у даследаванні камунікацыі, семіётыка засяродзіла ўвагу на аналізе ўласцівасцей знакаў і знакавых сістэм.

У наш час паняцце «камунікацыя» набывае тры асноўныя варыянты інтэрпрэтацыі.

Па-першае, камунікацыя разглядаецца як сродак сувязі матэрыяльных і духоўных аб'ектаў матэрыяльнага і духоўнага свету, г. зн. як пэўная структура.

Па-другое, гэта ўзаемадзеянне, у працэсе якога суб'екты камунікацыі абменьваюцца інфармацыяй. Калі яе суб'ектамі выступаюць людзі, то такая камунікацыя становіцца міжасобаснай.

Па-трэцяе, пад камунікацыяй разумеюць перадачу і масавы абмен інфармацыяй з мэтай уздзеяння на грамадства або яго састаўныя кампаненты [4, с. 66].

З камунікацыяй цесна звязана паняцце дыскурсу. У самым шырокім сэнсе пад ім разумеюць працэс станаўлення і развіцця маўленчай дзейнасці разам з яе вынікамі і адпаведным сацыякультурным кантэкстам. Дыскурс – «звязаны тэкст у сукупнасці з экстралінгвістычнымі, прагматычнымі, сацыякультурнымі, псіхалагічнымі і інш. фактарамі; тэкст, узяты ў суісным аспекце; маўленне, якое разглядаецца як мэтанакіраваная, сацыяльная дзея, як кампанент, што ўдзельнічае ва ўзаемадзеянні людзей, а таксама механізмах іх свядомасці (кагнітыўных працэсах). Дыскурс – гэта мова, пагружаная ў жыццё» [2, с. 136–137].

У тэорыі камунікатыўнага дзеяння Ю. Хабермаса канцэпт моўнага дзеяння выступае найважнейшым сістэмастваральным элементам у выглядзе маўленчага акта суб'екта. Паводле Ю. Хабермаса, камунікатыўная практыка ўключае камунікатыўныя дзеянні і дыскурсы, якія разглядаюцца ім у тэорыі маўленчых актаў і тэорыі аргументацыі. Мэтай камунікатыўнага дзеяння і аргументацыі, або мэтай дыскурсу, з'яўляецца дасягненне згоды адносна прадмета камунікацыі: інтэрсуб'ектыўная агульнасць разумення, падзяляемая веды, узаемны давер і згода аднаго з другім (разуменне, ісціна, праўда, правільнасць).

Феномен камунікацыі полімадальны і дазваляе праводзіць дыферэнцыяцыю розных відаў камунікацыі па наступных крытэрыях:

- па маштабнасці працэсу камунікацыі (масавая, груповая, міжасобасная);
- спосабах устанавлення кантакту (прамая, апасродкаваная);
- часавому крытэрыю (кароткая, працяглая, пастаянная);
- напрамку патокаў інфармацыі (вертыкальныя, гарызантальныя);
- форме і спосабах перадачы інфармацыі (вусная, пісьмовая, візуальная, тактыльная і інш.);
- мэтаваму прызначэнню, матываванасці камунікатыўных адзінак і тэхнікі актуалізацыі (натуральная, штучная, змешаная);
- узроўню ініцыятыўнасці камунікатараў (актыўныя, пасіўныя);
- карыстанню знакавымі сістэмамі (вярбальныя, невярбальныя, паравярбальныя);
- накіраванасці (асобасна арыентаваныя, сацыяльна арыентаваныя, прафесійна арыентаваныя).

З моманту ўзнікнення тэорыі камунікацыі было распрацавана даволі шмат яе мадэляў. Сярод іх важная роля належыць матэматычнай мадэлі Шэнана–Уівера, Г. Ласуэла, Ю. Варанцова. Нелінейныя мадэлі камунікацыі прадставілі Т. Ньюкомба, Уэстлі і Маклін, Г. Малецке, М. Бахцін, Р. Барт. Семіятычныя мадэлі камунікацыі аргументавана даводзілі Р. Якабсон, Ю. Лотман, У. Эка. Мадэлі міфалагічнай камунікацыі абаснавалі К. Леві-Строс, К. Г. Юнг.

Даволі шырокае распаўсюджванне ў камунікатывістыцы атрымала лінейная мадэль Шэнана, распрацаваная ў рамках тэорыі інфармацыі. У далейшым У. Уівер экстрапаліраваў яе на ўсе віды камунікацый, у т. л. на міжасобасную. У дадзеную мадэль былі ўнесены дадатковыя кампаненты – крыніцы інфармацыі, умовы працякання камунікацыі, сацыяльны састаў аўдыторыі, мова як сродак камунікацыі і інш.

Ю. Лотман вылучыў дзве камунікатыўныя мадэлі: «Я–Ён» і «Я–Я». Апошняя атрымала назву «мадэль аўтакамунікацыі». Яна адбываецца тады, калі паведамленне набывае новы сэнс у выніку «перакадзіравання». Пры гэтым перадачу паведамлення самому сабе Ю. Лотман разглядаў як перабудову камунікантам сваёй асобы. У з’явах культуры аўтар перш наперш бачыў камунікатыўныя механізмы з рознымі мовамі.

Паводле Ю. Хабармаса, дзейнасць камунікатыўнай тэорыі распаўсюджваецца не на трансцэндэнтальныя сферы розуму і ўмовы пазнання, а на прыняцце практычных рашэнняў у працэсе камунікатыўнага дыскурсу. У гэтым кантэксце пазнанне і камунікацыя ўзаемна абумоўліваюць адзін аднаго і могуць супадаць. Жыццёвы свет выступае рацыянальным, паколькі бачыць магчымымі ўзаемадзеянні, накіраваныя камунікатыўна дасягнутай згодай. Патрэба ж у згодзе дасягаецца рацыянальна, г. зн. шляхам узаемапаразумення.

Адзначым, што кожны з прадстаўленых вышэй падыходаў садзейнічаў паглыбленню асэнсавання праблемы, тым самым падводзячы пад яе сур’ёзную метадалагічную базу.

Асобнай увагі ў наш час заслугоўвае аналіз розных бар’ераў, якія выступаюць сур’ёзнай праблемай на шляху камунікацыі. Гэта патрабуе ведання прыроды такіх перашкод, прычын іх узнікнення. Даследчыкі вылучаюць шэсць асноўных камунікатыўных бар’ераў [5, с. 118–119].

1. Негатыўны ўплыў фізічнага асяроддзя пры ўспрыняцці паведамлення.

2. Заклапочанасць камуніканта іншымі праблемамі, яго інерцыя.

3. Непрыёмальныя адносіны да іншага меркавання, стэрэатыпізаванасць свядомасці, амбіцыйнасць.

4. Моўны бар’ер з-за рознасці слоўнікавага запasu і лексікі паміж камунікантамі.

5. Прафесійнае непрыняцце з-за некампетэнтнасці камунікатара ў прафесійнай сферы камуніканта.

6. Непрыняцце іміджу камунікатара.

Такім чынам, важнасць камунікацыі ў культуры бачыцца як у падыходах да яе вызначэння, так і ў тых функцыях, якія яна выконвае ва ўмовах сучаснага грамадства.

1. Кули, Ч. Тексты по истории социологии XIX–XX веков / Ч. Кули // Хрестоматия / сост. и отв. ред. В. И. Добреньков, Л. П. Беленкова. – М., 1994. – С. 236–241.

2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Совет. энцикл., 1990. – 686 с.

3. Основы теории коммуникации / под ред. проф. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф. И. Шарков. – М. : Перспектива, 2002. – 246 с.

5. Шепель, В. Настольная книга бизнесмена и менеджера / В. Шепель. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 299 с.