

Олександр Холод
доктор філологічних наук, професор,
заступник директора з наукової роботи ВНЗ “Інститут реклами”,
завідувач кафедри реклами та зв’язків із громадськістю,
академік МАНПО
akholod@ukr.net

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ІНТЕРДИСЦИПЛІНАРНА ОБЛАСТЬ: ПОГЛЯДИ ЮЗЕФА ПОДГУРЕЦЬКИ

© Холод Олександр, 2017

Метою дослідження було обрано визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій.

Запропонувавши аналіз соціальної комунікації, Ю. Подгурецьки так і не довів свого логічного посилення щодо її інтердисциплінарного характеру, а залишився на позиціях психолога, який фрагментарно (несистемно) обговорює ідеї когнітивного дисбалансу, інтраверсії, екстраверсії, емпатії, інгратіації, трансгресії, маккіавелізму тощо.

Ключові слова: соціальна комунікація, інтердисциплінарна область, Юзеф Подгурецьки.

Александр Холод

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНАЯ ОБЛАСТЬ: ВЗГЛЯДИ ЮЗЕФА ПОДГУРЕЦЬКИ

Целью исследования было выбрано определение роли и места теоретических взглядов Юзефа Подгурецки в общей теории социальных коммуникаций.

Предложив анализ социальной коммуникации, Ю. Подгурецки так и не доказал своей логической ссылки на ее интердисциплинарный характер, а остался на позициях психолога, фрагментарно (несистемно) проанализировав идеи когнитивного дисбаланса, интраверсии, экстраверсии, эмпатии, ингратии, трансгрессии, маккиавелизма.

Ключевые слова: социальная коммуникация, интердисциплинарная область, Юзеф Подгурецки.

Alexander Kholod

SOCIAL COMMUNICATION AS THE INTERDISCIPLINARY AREA: VIEWS OF JUZEPH PODGURETSKY

The aim of the study was to determine the role and place of the theoretical views of Jozef Podgurecki in the general theory of social communications.

Suggesting an analysis of social communication, J. Podguretsky never proved his logical reference to her interdisciplinary nature, but remained on the position of a psychologist, analyzing the ideas of cognitive imbalances, introversion, extraversion, empathy, ingratiation, transgression, and Machiavellianism.

Key words: social communication, interdisciplinary area, Jozef Podgurecki.

Постановка проблеми. З одного боку, є відсутність аналізу психологічної позиції в поглядах Ю. Подгурецьки на соціальні комунікації, з іншого боку, сама позиція педагога за фахом

Ю. Подгурецьки хоча й ґрунтується на психологічних засадах, декларується автором як інтердисциплінарна область. Інакше кажучи, проблемою ми вважаємо кінець знання про те, як слід тлумачити соціальні комунікації (соціальну комунікацію, за Ю. Подгурецьки): чи з позиції досягнень лише психологічної науки, чи з позиції соціальних комунікацій як інтердисциплінарної області.

Аналіз дослідження проблеми. Згадану проблему вивчали дослідники В. Горовий [1], Т. Дрідзе [2–3], В. Ільганаєва [4–6; 16], О. Курбан [7–8], Г. Почепцов [10, с. 19–26; 11], В. Різун [12–13], А. Соколов [14; 15, с. 450], О. Холод [18; 19, с. 213–222; 20;], Ф. Шарков [21, с. 52–61], Н. Яблоновська [22, с. 185–187] та інші.

Із згаданих дослідників лише О. Холод аналізував окремі положення психологічного підходу Ю. Подгурецьки до соціальних комунікацій, але О. Холод не розглядав соціальну комунікацію як інтердисциплінарну область. Таку спробу здійснив ще в 2002 році А. Соколов (без урахування ідей Ю. Подгурецьки). А. Соколов стверджував, що “існування різних дисциплін, що включають у свій предмет ті або інші комунікаційні проблеми, – факт безперечний”. І одночасно зауважував: “Проте ці дисципліни відірвані одна від однієї, і їхні лідери не усвідомлюють спільність об’єкта, що вивчається ними, а саме – соціальної комунікації”. Ключовим формулюванням аналізованої нами проблеми вважаємо питання А. Соколова, а саме – “Чи можливе встановлення науково-інтеграційних зв’язків між ними, які перетворять суму знань у системне знання?”. Автор відповідає: “Питання залишається відкритим”, і робить очевидний висновок про те, що “без формування узагальнювальної метатеорії таке перетворення неможливе” [14, с. 450].

Про необхідність аналізу соціальних комунікацій із позиції трансгресивної теорії писала В. Ільганаєва [4, с. 60–67; 6, с. 5–44], що детально проаналізував О. Холод [20].

Як повідомляє О. Холод, “в основу концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. Ільганаєва кладе буття людини”. Таке буття “базується, за В. Ільганаєвою, на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства та комунікаційну діяльність людини в суспільстві” [20].

На думку В. Ільганаєвої, “структуру комунікаційного знання складають три рівні”:

1 рівень – загальна теорія комунікації,

2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації,

3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії [16].

О. Холод зауважує, що, за словами В. Ільганаєвої, “не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій” [20].

Оскільки, на думку Т. Дрідзе, характер соціокультурної комунікації є знаковим і не обмежується лише обміном інформацією” [3], теорія соціальної комунікації повинна спиратися ще й на семіотику та враховувати культурогенезу. Інакше кажучи, Т. Дрідзе також констатує необхідність синтетичної теорії соціальної комунікації.

Про те, що “соціальна комунікація є об’єктом багатьох наук – і гуманітарних, і точних” ще в 2009 році повідомляв О. Курбан [7, с. 64–66]. Автор навіть називав коло таких наук: із гуманітарних – “герменевтика, лінгвістика, логіка, психологія, соціологія, філософія, естетика”. Важливим, на наш погляд, є висновок О. Курбана про те, що “кожна наука виокремлює з комунікації як об’єкта дослідження свій предмет дослідження” [7, с. 64–66]. Отже, авторське зауваження підтверджує нашу думку про те, що соціальні комунікації слід розглядати як багатостороннє явище й вивчати соціальні комунікації слід як інтердисциплінарну область.

Поняття “соціальні комунікації” Г. Почепцов вважає “об’єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних” і додає: “Будь-яка комунікація сприяє

соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей” [11]. Отже, соціальні комунікації як об’єднуюче поняття для всіх видів комунікації в соціальній системі відіграють роль стрижня останньої. Робимо висновок про те, що соціальні комунікації є багатоаспектною областю, площиною, які можливо об’єктивно вивчати лише з урахуванням результатів дослідження багатьох сучасних наук. Варто, на нашу думку, зазначити, що соціальні комунікації є інструментом для соціосистеми. Звідси: соціальні комунікації – трансгресивні, мультифункціональні, полігранні.

Думку попередників і сучасників (як і нашу думку) підтверджують слова В. Різуна, який вважає, що “Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі (“Соціальні комунікації”) і створення метатеорії на основі знань інших наук” [12]. Саме тому В. Різун вважає, що комунікація як явище є самодостатнім об’єктом дослідження. Виділення такого об’єкта дослідження відбулося завдяки різним наукам. І саме тому, на переконання В. Різуна, досі відбувається “непорозуміння серед науковців”. Разом із твердженням дослідника про відносну самостійність наукової галузі “Соціальні комунікації”, необхідно пам’ятати про те, що “де-факто ця наука залишиться... залежною від поняттєво-категоріального апарату соціології, психології, філології, філософії тощо” [12]. Тобто, ми знову переконуємося в тому, що соціальні комунікації, по-перше, слід визнати багатостороннім процесом, по-друге, вивчати такий процес слід з позицій соціальної інженерії.

На думку В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціально-комунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у “фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять соціально-комунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об’єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об’єкт впливу” [13].

Виходячи з викладеної стисло проблематики вивчення явища соціальних комунікацій, ключових позицій такої проблематики й пошуку дослідниками шляхів характеристизації соціальних комунікацій як інтердисциплінарних, трансгресивних, мультигранних, ми виокремили *не розв’язані раніше частини загальної проблеми*, яким присвячено статтю. До таких відносимо:

1) дотепер дослідниками не встановлено роль, з одного боку, психологічної, з іншого боку, інтердисциплінарної теорії Ю. Подгурецьки в процесі формування загального уявлення про соціальні комунікації;

2) не вивченим ще є те, який сегмент загальної теорії соціальних комунікації, що формується в останні 40–50 років у світовій науці, належить поглядам Юзефа Подгурецьки.

Метою нашого дослідження було обрано визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій.

Методологія дослідження. Досягнення поставленої мети передбачало звернення до загальних, загальнонаукових та наукових (емпіричних і теоретичних) методів.

Серед загальних методів нами був обраний *діалектичний метод*, який допоміг нам базувати все подальше теоретичне дослідження на принципах діалектики про матеріалістичний монізм, єдність діалектики буття й діалектики мислення, загальний зв’язок і загальний розвиток явищ у світі.

У дослідженні ми послуговувалися також і загальнонауковими методами аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення, індукції й дедукції, аналогії й класифікації.

Аналіз як метод допоміг нам розчленувати теорію Ю. Подгурецьки на її ключові складники, *методи синтезу* дозволив з’єднати виокремлені складники в положеннях теорії автора з позицій досліджуваного об’єкта і предмета вивчення. Залучення *методу абстрагування* потрібно було для відволікання від ряду тих властивостей, які на даному етапі вивчення могли бути не враховані. *Метод узагальнення* нам забезпечив встановлення загальних властивостей і ознак у тлумаченні Ю. Подгурецьки явища “соціальні комунікації”. *Індуктивно-дедуктивний метод* став

інструментом для виведення нами загальних положень, що спиралися на одиничні факти, та перевірку їх на виведенні одиничних фактів із загальних положень. Лише завдяки аналогії як методу ми встановили роль і місце положень теорії Ю. Подгурецьки відносно соціальних комунікацій. Метод класифікації забезпечив нам об'єктивність здійснення дослідницької процедури розподілу положень Ю. Подгурецьки про соціальні комунікації за тими їхніми ознаками, які виокремив дослідник.

Серед наукових (емпіричних) методів ми обрали спостереження як цілеспрямоване й організоване сприйняття теорії соціальної комунікації, запропонованої Ю. Подгурецьки. Метод опису дозволив зафіксувати результати нашого спостереження.

Серед наукових (теоретичних) методів нам допоміг здійснити дослідження аксіоматичний метод, який дозволив висунути положення, що не вимагає доведення. Таке положення дозволило нам вивести тези, які утворюють аксіоматичну теорію.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Польський дослідник Юзеф Подгурецьки працює завідувачем кафедри соціальної комунікації в Опольському університеті в Польщі. Він є фундатором у поглядах на соціальну комунікацію як на психологічний феномен.

Дослідник вважає, що соціальна комунікація є “інтердисциплінарною галуззю, яка використовує досягнення багатьох наук одночасно”, оскільки роль конкретної дисципліни у суспільній діяльності (практиці) можна вивчати з двох позицій: по-перше, з точки зору суб'єкта – “у категоріях герменевтики, що охоплюють його мотиви, переконання, компетенції, інтерпретації тощо; по-друге, з точки зору його місця (функції) в соціальних структурах” [9].

Автор вважає, що соціальна комунікація повинна об'єднати означені дві точки зору. При цьому Ю. Подгурецьки наполягає на думці про те, що соціальна комунікація як субдисципліна є ланкою опосередкування між суспільними науками, до яких автор зараховує педагогіку, психологію, соціологію, етику й філософію.

Специфічним для соціальної комунікації є те, що вона відкрила, на думку Ю. Подгурецьки, причинні механізми й структури, які слугують для опису поведінки особистості, яка знаходиться в ситуації вибору зразків поведінки, що можуть застосовуватися в конкретному соціальному світі. Однак, як вважає дослідник, самі по собі відкриті механізми її структури “не дають достатнього пояснення й не дозволяють повною мірою відмовитися від розмовної мови й замінити її мовою науковою”. Автор повідомляє про те, що соціальна комунікація “ламає певною мірою не надто сильну обмеженість і провінційність побутового знання про людину” [9].

Ще 2006 року Ю. Подгурецьки написав: “Багато хто цікавиться проблемами соціальної комунікації”, і тому “ця інтердисциплінарна субдисципліна переживає період бурхливого розвитку”. Разом із тим, дослідник вважає, що “гуманітарні компетенції соціальної комунікації тепер дуже модні, можливо, навіть занадто модні, щоб це було їй корисним” [9]. Науковці (наприклад, Festinger L. A [23], Olszewska-Kondratowicz A. [26, s. 85–87]), на думку Ю. Подгурецьки, у своїх дослідженнях застосовують два основні виміри класифікації. Вони розглядають соціальну комунікацію як виміри: 1) “відносно себе” і 2) “відносно інших” [9].

Хоча на книжковому ринку з'явилося багато публікацій щодо аналізу проблем комунікації, на жаль, як вважає Ю. Подгурецьки, “донині відсутні праці, у яких було б представлено панораму проблематики соціальної комунікації ХХ століття” [9]. Саме тому дослідник, який виступає під час навчального процесу і як викладач, змушений робити для студентів огляд проблем, яким займається соціальна комунікація.

Ю. Подгурецьки впевнений, що “в прикладному плані соціальна комунікація пропонує практичне використання певного часткового знання в освітніх процесах”. Виходячи із зазначеного, автор стверджує, що застосування знань соціальної комунікації в педагогіці і дидактиці може бути

“сигналом до створення моделі інтегрованої діяльності, у якій різні гуманітарні дисципліни у поєднанні із соціальними комунікаціями, зі своїми поняттями, твердженнями, теоріями і рішеннями створюють свій тезаурус” [9].

До визначальних факторів соціальної комунікації Ю. Подгурецьки зараховує поняття “спілкування” і “комунікація”. Автор розглядає комунікацію як передавання інформації та обмін інформацією. При цьому він констатує три умови, коли комунікація може характеризуватися з двох згаданих позицій:

- 1) комунікація є основою взаємодії;
- 2) під час комунікації здійснюється взаємний обмін інформацією, тобто комунікація має характер зворотного зв'язку;
- 3) процес комунікації є протяжним у часі.

У зв'язку з виділеними характеристиками Ю. Подгурецьки пропонує виокремити такі детермінанти соціальної комунікації: регулятивні функції свідомості; когнітивна рівновага; процеси асиміляції і контрасту; установки як елементи структури свідомості.

До регулятивних функцій свідомості Ю. Подгурецьки зараховує детермінанти її цілі.

Свідомість Ю. Подгурецьки тлумачить як “явище, що саморегулюється”. При цьому, на думку автора, “розвиток одного з елементів зумовлює розвиток цілого” [9]. Завдяки певним подразникам можна впливати на певний стан свідомості. Усі психічні явища і процеси, вважає дослідник, взаємно детерміновані. Отже, слід передбачити, що певні елементи свідомості можуть виконувати більш вагомую функцію у справі керування людською поведінкою.

Соціальною комунікацією керують цілі, на думку Ю. Подгурецьки. Автор виокремлює цілі зрозумілі й незрозумілі. Зрозумілими цілями слід називати, на думку дослідника, ті, які передбачають конкретні засоби досягнення. Незрозумілі цілі не передбачають уявлення особистості про інструменти досягнення.

Цілі в галузі свідомості виконують “певні інтегративно-регулятивні функції”, як вважає Ю. Подгурецьки.

До механізмів соціальної комунікації дослідник зараховує і “когнітивну рівновагу” – поняття, яке увів у науковий обіг Ф. Хайдер. Останній запропонував розрізняти три фундаментальні поняття, за допомогою яких можна демонструвати “природу функціонування свідомості як фактора регулювання людської поведінки”. До таких понять Ф. Хайдер зараховує:

- 1) когнітивну одиницю (“певний об’єкт разом із супутніми рисами”);
- 2) когнітивну рівновагу (об’єкт позитивно оцінює власну діяльність і отримує позитивну оцінку такої діяльності від іншого об’єкту);
- 3) відсутність когнітивної рівноваги (об’єкт, якого раніше сприймали позитивно, поводить себе негідно) [27, с. 296].

Когнітивна рівновага підкоряється принципу несуперечності, який є важливим, на думку Ю. Подгурецьки, елементом структури свідомості, що регулює поведінку людей. Суть принципу несуперечності полягає в тому, що кожна людина, обмінюючись інформацією, будує її так, щоб не порушувати загальноприйнятої між людьми логіки викладу думок. Описаний принцип пов’язаний, як вважає Ю. Подгурецьки, з теорією когнітивного дисонансу, яку запропонував 1957 року Леон Фестингер [23]. Згідно з теорією когнітивного дисонансу, в особистості виникає незадоволення власною поведінкою з таких причин:

- через логічну невідповідність;
- “з причини культурних звичаїв”;
- “якщо індивідуальна думка не входить до складу більш поширеної думки”;
- “через незбіг колишнього досвіду відносно теперішньої ситуації” [9].

Когнітивний дисонанс виникає через невідповідність двох когніцій (знань) індивіда, коли індивід, маючи певну інформацію, змушений прийняти рішення і знехтувати наявною інформацією. У результаті виникає невідповідність (дисонанс) між установками людини та його вчинками.

Описуючи власну теорію когнітивного дисонансу, її автор Леон Фестингер висунув два передбачення.

1. “У разі виникнення дисонансу індивід буде всіма силами прагнути знизити ступінь невідповідності між двома своїми установками, намагаючись досягти консонансу (відповідності). Це відбувається внаслідок того, що дисонанс народжує “психологічний дискомфорт” [9].

2. Друга гіпотеза, підкреслює перший, і говорить про те, що, “прагнучи знизити дискомфорт, що виник, індивід буде намагатися обходити стороною такі ситуації, в яких дискомфорт може посилитися” [9].

Щодо соціальної комунікації описана стисло теорія повинна розглядатися як інструментарій до уникнення комунікаційного непорозуміння внаслідок виникнення когнітивного дисонансу.

До детермінант соціальної комунікації належать, на думку Ю. Подгурецьки, й процеси асиміляції та контрасту. Аналізуючи процеси пізнання, дослідник робить спробу напрацювання “певних тактик комунікаційної поведінки”, куди і включає асиміляції і контрасти.

Асиміляцією Ю. Подгурецьки вважає умови, за яких засвоєння інформації відбувається швидше і краще: такою умовою є площина схвалення. Автор пояснює механізм асиміляції тим, що “інформація певним чином “вбудована” в мережу існуючої пізнавальної структури людини, яка сприймає таку інформацію”. Цікавим тлумаченням дослідника є процес пересування у свідомості точки відліку. “Якщо інформація має негативний характер,... точка відліку пересунеться у напрямку “мінус”, а якщо інформація позитивна – у напрямку “плюс”. Таке явище, зазначає Ю. Подгурецьки, означає, “що під впливом асимільованої інформації в свідомості людини змінюється положення точки відліку в даній площині оцінок” [9]. На жаль, механізм контрасту дослідник не описує.

Серед детермінант соціальної комунікації Ю. Подгурецьки виокремлює також й установку, вважаючи традиційно елементом свідомості. Автор вважає, що установки можуть бути об’єктом “усвідомлених рефлексій або можуть бути неусвідомленими”. У практиці соціальної комунікації установки впливають не лише на спосіб сприйняття. Вони також регулюють те, що “називають вибірковістю чи селективністю спостережливості”. Завдяки згаданому механізмові “у свідомість проникають ті змісти, які відповідають установкам індивіда”. Цікавим є зауваження Ю. Подгурецьки щодо того, що люди “скоріше виучують і запам’ятовують тексти, які не вступають у протиріччя з їхніми установками” [9]. Дослідник наводить приклад: прибічники певних політичних течій пам’ятають дрібниці, які стосуються їхніх симпатиків. Навпаки, якщо інформація стосується політичних опонентів, вона запам’ятовується набагато гірше. Тому, вважає автор, ораторам, які готуються виступати перед своїми політичними опонентами, слід підбирати й подавати аргументи без зайвих формальних ускладнень. Інакше “повідомлення, що передається, буде заперечуватися за формальним приводом” [9].

Отже, Ю. Подгурецьки серед детермінант соціальної комунікації описав цілі, рівновагу непротиріччя, пізнавальний (когнітивний) дисонанс, асиміляцію й установки.

За твердженням Ю. Подгурецьки, центральне місце в соціальній комунікації займають поняття “схильність”, “персональна диспозиція” та “особистісні риси”. Також автор декларує впевненість у тому, що соціальна комунікація “не бере під сумнів теорію особистості й аналізує її, уточнює і розширює” [9].

Особистісні аспекти, на переконання Ю. Подгурецьки, пов’язані із соціальною комунікацією і складають такий перелік: екстравертизм, інтровертизм, макіавеллізм; емпатія; інгратиція; трансгресія.

Екстраверсією автор називає “рису особистості, яка характеризується позитивним ставленням до об’єкта і схильністю до демонстрації почуттів” [9].

Як вважає Ю. Подгурецьки, екстраверту притаманні такі риси: випромінювання енергії назовні; концентрація на русі і дії, які спрямовані назовні; вільне володіння мовленням; впевненість і переконливість у промові; доволі легке “впадіння” в стан неухважності; бажання зустрічатися з людьми; радість від дії у присутності інших людей; прояв нетерплячості, коли діяльність відбувається наодинці; чітка праця, швидка й цілеспрямована.

Під час соціальної комунікації, як вважає Ю. Подгурецьки, екстраверт має стиль, який можна охарактеризувати так: енергійний у спілкуванні; активний; швидкість у реагуванні на питання й на зовнішні події; легкий у спілкуванні як з окремими людьми, так і з групами; нестримний, тому йому слід утримуватися, аби партнер із спілкування зміг висловитися; не схильний до листування, йому краще висловитися в усній формі; здатний легко формулювати свої думки під час роботи з людьми; схильний до миттєвого передавання власного досвіду; легко передає відомості про себе.

Екстраверти характеризуються у відношеннях із людьми, маючи такі, на думку Ю. Подгурецьки, особливості: звикли мати багато швидкоплинних знайомств попри постійні знайомства; здатні легко зав’язувати нові знайомства; часто розповідають іншим про своїх знайомих; зав’язуючи нові знайомства, екстраверт відчуває себе у своїй стихії; під час дружніх зустрічей встановлює контакти практично з кожним із присутніх; із легкістю говорить про те, про що думає, відчуває себе самотнім без співбесідника; охоче ділить з іншими свій простір і час.

Екстраверти мають помилки в спілкуванні, яке Ю. Подгурецьки називає соціальною комунікацією. Перелік таких помилок дослідник описує у такому порядку:

- 1) ведення розмови “не на рівних”;
- 2) вип’ячування власних проблем.

На переконання Ю. Подгурецьки, під час ефективної соціальної комунікації комунікатор і комунікант повинні мати однакове уявлення про стилі спілкування. При цьому обидва повинні розуміти ситуацію однаково. Між людьми, що спілкуються, можуть бути три, на думку дослідника, характерні риси стосунків: “вони представляють собою певний вид залежності”; “такі залежності підлягають постійному нормуванню”; “партнери пристосовуються один до одного” [9].

Будь-яку взаємодію партнерів із соціальної комунікації слід розглядати за трьома, як вважає Ю. Подгурецьки, вимірами: поведінковому; заохочень і покарань; міжособистісних установок.

Інтроверти також беруть участь у соціальній комунікації.

Інтроверсією Ю. Подгурецьки називає рису особистості, яка передбачає внутрішнє спостереження за собою, своїми переживаннями, відчуттями і почуттями.

Характерними рисами інтроверта слід, як вважає Ю. Подгурецьки, вважати такі: нечасто зав’язує знайомства; в компанії інтроверт завжди мовчить і думає про своє; інтроверта не цікавлять люди, він цікавий сам собі; замкнений; не “впускає” інших у свій мир; висловлюється обережно; завжди зібраний; довго обмірковує кожну свою дію; мало говорить; любить вести впорядкований образ життя.

Ю. Подгурецьки таким чином характеризує соціальну комунікацію інтровертів: інтроверт не має потреби в контактах з іншими людьми; задовольняється читанням книжок; спілкується з людьми тет-а-тет; інтроверт аналізує і міркує перед тим, як формулює свої думки; свої почуття інтроверт жорстко контролює; обов’язки, які інтроверти приймають на себе, виконують старанно; користуються в колективі репутацією людини, на яку можна покласти; з погляду інтровертів, майбутнє є песимістичним; велике значення інтроверти надають етичним цінностям; у будь-якій ситуації інтроверт спочатку відступить, і лише пізніше у нього з’явиться відповідна реакція.

Соціальна комунікація інтроверта характеризується прагненням до самотності, до повної концентрації. Під час комунікації з інтровертами слід зважати на те, що вони не люблять, коли їх переривають у процесі виконання певного завдання. Навіть коли інтроверти запізнюються з виконанням виробничого завдання, вони прагнуть все зробити за інструкцією і якнайкраще.

У сімейних стосунках не всім інтровертам зручно пристосовуватися до протилежного типу, наприклад, до екстраверта – партнера у шлюбі. Успіх у сімейній соціальній комунікації для інтроверта криється в партнері, який зміг би врахувати специфіку й мотивацію вчинків інтроверта.

Соціальна комунікація, на думку Ю. Подгурецьки, ґрунтується й на врахуванні такого виду особистісних рис, як макіавеллізм.

Макіавеллізм (від імені італійського філософа та історика епохи Відродження Нікколо Макіавеллі [25]) тлумачиться як риса особистості, яка відповідає передбаченню Н. Макіавеллі: “Люди завжди погані, доти, поки необхідність не зробить їх гарними. Вони мінливі”. Макіавеллізмом називають “політичну доктрину, яка використовує хитрість, насилля та обман у прагненні досягти поставленої мети”. Також макіавеллізм ототожнюють із цинізмом, недобропорядністю та двурушністю. Свого часу Ф. Зімбардо так визначив макіавеллізм: “це здатність здійснювати соціальний вплив, відомий як маніпулювання іншими в певних ситуаціях”. Ю. Подгурецьки додає до цитованого визначення нагадування про те, що макіавелліст як тип людини вміє маніпулювати людьми, впливаючи на їхню свідомість, зберігаючи при цьому емоційну дистанцію, “не переживаючи ні за поведінку інших, ні навіть за власну” [9].

Для соціальної комунікації з макіавеллістом слід знати їхні такі особливості поведінки:

- 1) макіавеллісти завжди тримають емоційну дистанцію;
- 2) керуються рацією (розумом), а не емоцією;
- 3) ефективно комунікують у ситуації тет-а-тет;
- 4) легко взаємодіють, коли існує можливість імпровізувати;
- 5) ефективно спілкуються на фоні емоційного збудження;
- 6) мають стійкість проти впливу з боку суспільства;
- 7) не зважають на цілі і бажання інших людей;
- 8) орієнтовані на пізнавальну, а не на емоційну діяльність;
- 9) здатні чітко контролювати власні емоційні сплески, пов’язані з власними проблемами чи конфліктами;
- 10) схильні до самоорганізації та ініціювання й організації процесу, у якому беруть участь.

На думку Ю. Подгурецьки, емпатія є особистісною рисою, що впливає на якість здійснення соціальної комунікації. В. Помикало вважає емпатією специфічну форму міжособистісного спілкування. Вона базується, на думку дослідника, на вродженій тенденції до концентрування уваги на іншій людині й стеження за його експресією та наслідування їй. Емпатію також визначають як “здатність поставити себе на місце іншого, сприймати з його точки зору події, що відбуваються, відчувати аналогічні емоції” [28, с. 68].

Сам Ю. Подгурецьки вважає, що емпатія – це відчуття і почуття, що аналогічні до тих, “які відчуває партнер, отже, ознайомлення з власними переживаннями робить можливим краще впізнати відчуття партнера” [9].

Емпатія виконує позитивні функції в соціальній комунікації, як вважає Ю. Подгурецьки, а саме:

- 1) покращує самооцінку людини;
- 2) домінує над схильністю до агресії;

- 3) допомагає налагодити міжособистісний контакт;
- 4) пробуджує самовідданість;
- 5) дозволяє обмінюватися досвідом;
- 6) робить людей відкритими один до одного;
- 7) у шлюбі інтегрує різних за характером людей;
- 8) можуть виконувати терапевтичну роль;
- 9) породжує відчуття психічної близькості.

Я. Рейковськи пропонує диференціювати емпатію на два види: емоційну й пізнавальну [27].

Емоційна емпатія веде до перейняття суб'єктом емоційної реакції об'єкта: при цьому суб'єкт починає відчувати чужі емоції як власні, хоча такі перенесені емоції можуть і не збігатися з оригінальними; важливим у такому випадку є те, що суб'єкт буде враховувати емоції об'єкта й орієнтуватися на нього.

Пізнавальна емпатія передбачає процес, що дозволяє “увійти в чие-небудь положення” и саме тому бути здатним адекватно зрозуміти іншу людину.

На думку Ю. Подгурецьки, для ефектної появи емпатія потрібні певні умови, зокрема :

- 1) “камерна” обстановка;
- 2) тиша;
- 3) м'яке освітлення;
- 4) “інтимна” дистанція між тими, хто спілкується;
- 5) відсутність тиску від сторонніх спостерігачів;
- 6) довга у часі концентрація на емоціях партнерів із спілкування;
- 7) наявна мотивація та зацікавленість партнерів у спілкуванні;
- 8) відсутність упередження до партнера із спілкування.

На думку Ю. Подгурецьки, до особистісних рис, які сприяють соціальній комунікації, належить інгратіація.

Термін “інгратіація” ввів у науковий обіг дослідник Е. Джоунс. Автор перекладав його як “підлизування, пошук чужої прихильності, прагнення сподобатися”. А. Олшевська-Кондратович [26], як зауважує Ю. Подгурецьки, зараховує інгратіацію до поведінкової стратегії, яка “неправомірно спрямована на вплив щодо іншої людини з метою підвищення привабливості суб'єкта”. Ю. Подгурецьки повідомляє про те, що інгратіацією слід називати “всі ті прийоми, за допомогою яких люди прагнуть моделювати свій образ в очах інших заради того, щоб підвищуючи свою привабливість, отримати можливість кращого й більш повного задоволення власних потреб, досягнень своїх цілей чи отримання користі”. Таким чином, віднесення інгратіації до процесів соціальної комунікації є виправданим.

На думку Ю. Подгурецьки, слід розрізнити поведінку, спрямовану на інгратіацію, від поведінки, завдяки якій суб'єкт прагне отримати схвалення. Схвалення, як вважає дослідник, є потребою нормальною. Саме за рахунок прагнення бути прийнятим оточенням відбувається соціальна регуляція людської поведінки.

Поведінку інгратіатора (людини, яка прагне отримати більше схвалення, аніж того вимагає ситуація) можна вирізнити у такому прикладі, наведеному Ю. Подгурецьки. Одну справу виконують дві особи, які мають одну мету: ефективно і в строк здійснити виробничий процес. Обидва докладають максимум зусиль для реалізації поставленої мети. На якомусь етапі один із працівників починає робити вигляд, що він “не виходить” із робочого стану навіть під час відпочинку. Другому виконавцю починає здаватися, що перший забагато сил вкладає у виконання завдання. Другий починає хвалити першого працівника, який штучно вдає “заклопотаний” стан. Наприкінці виробничого процесу, коли мети досягнуто, перший виконавець отримує схвалення від другого. Таким чином перший працівник досягає додаткової мети, суть якої полягала у

додатковому схваленні його зусиль на шляху до досягнення спільної мети. Із якою метою перший працівник прагнув схвалення від другого, стане відомо пізніше. Наприклад, коли будуть підводити підсумки, першого працівника не просто заохотять грошовою премією, але й підвищать по службі.

За теорією Е. Джоунса, інгратіації можна досягти й іншим шляхом, який не передбачає безпосередньої участі працівника у виробничому процесі. Прикладом тут може бути наполягання підвищити зарплату працівнику, який не робить постійно адекватних зусиль під час виробничого процесу, а лише тимчасово, саме заради підвищення зарплати. Інгратіатор, за словами Е. Джоунса, “користається тим хибним чином, який він створює у свідомості партнера”. Аналізуючи приклади, Ю. Подгурецьки підсумовує: інгратіацією є маніпулятивна поведінка, мета якої – сформувати у партнера позитивну установку щодо суб’єкта.

Інгратіація відбувається, на думку Ю. Подгурецьки, коли:

- 1) суб’єкт прагне досягти позитивної установки щодо себе;
- 2) засоби, якими користується інгратіатор, є позитивними;
- 3) вплив на об’єкт маніпуляції здійснюється безпосередньо, а не опосередковано.

За теорією Е. Джоунса, виокремлюють три класи інгратіаційних прийомів.

1. Підвищення цінності партнера (передавання інформації про те, що партнера сприймають позитивно). Реалізується завдяки компліментам та лестощам.
2. Конформізм у тому, що стосується думок, оцінок й поведінки.
3. Презентація себе у вигідному світлі.

До психологічного аспекта соціальної комунікації Ю. Подгурецьки зараховує трансгресію, під якою Я. Козілецьки розуміє “подолання метисами тих рис, які були властиві батьківським організаціям” [24]. За теорією Я. Козілецьки, трансгресивною людиною слід вважати таку, яка:

- 1) є експансивною і творчою водночас;
- 2) вільна й відповідальна;
- 3) керується водночас складною гомеостатичною й гетеростатичною мотивацією.

Синергетична особистість керується постійними компонентами особистості, а саме: волею та розумом.

На думку Я. Козілецьки, нині існує три підходи до тлумачення трансгресивного характеру особистості:

- 1) ендогенний підхід (рушійні сили особистості знаходяться в ній самій);
- 2) екзогенний (рушійні сили особистості знаходяться поза нею);
- 3) взаємодія ендо- та екзогенного підходів (екзо- та ендогенні рушійні сили особистості знаходяться у взаємодії).

Згідно з третім підходом, існують три основні компоненти, що зумовлюють життя й розвиток людини: дія, особистість і середовище.

Синергетична особистість, із погляду психології, є мотиваційним процесом, що виконує функції поштовху до дії, визначає виділення людиною енергії та загальний напрямок пошуку цінності, підтримує дію і впливає на її протяжність у часі.

Синергетична концепція передбачає аналіз людини як відкритої системи, що з’єднана із зовнішнім світом і з діяльністю індивіда. Я. Козілецьки запропонував диференціювати трансгресію на два види:

- 1) індивідуальна трансгресія (індивід свідомо виходить за межі того, чим він є, тим самим розширюючи свою територію і реалізує себе згідно з власним проектом);
- 2) колективна трансгресія (масові, колективні дії, які дозволяють людям перевершити свої матеріальні, інтелектуальні й духовні досягнення).

Беручи до уваги думку Я. Козілецьки, Ю. Подгурецьки пропонує власну класифікацію трансгресії на чотири види.

Перший вид: практичні дії, спрямовані на фізичний світ. Мета таких дій, на думку Ю. Подгурецьки, полягає в створенні територіальної експансії, “розширення часової перспективи, збільшення виробництва матеріальних благ”. Завдяки таким функціям людина утворює штучний світ за допомогою природного середовища.

Другий вид трансгресії: дії, спрямовані на людей. Мета дій полягає в розширенні контролю над іншими, домінування над групою й отримання абсолютної влади.

Третій вид трансгресії: символічні дії, які утворюють нові мисленнєві конструкції і розширюють особистісні знання про зовнішній світ. Ю. Подгурецьки назвав такі дії інтелектуальною трансгресією.

Четвертий вид трансгресії: дії утворюють самі себе, саморозвиток. За словами Я. Козілецьки, “індивід свідомо розвиває структури свого характеру й розуму, що збільшує силу волі й збагачує особистісний досвід”.

Отже, психологічні аспекти спілкування, описані Ю. Подгурецьки, завершують його теоретичний підхід до аналізу й пояснення специфіки соціальної комунікації.

Автор висловлює думку про те, що “поки немає такої праці, яка давала б загальну орієнтацію у всій сукупності знання про комунікацію”, його концепція може слугувати варіантом пояснення. Слід врахувати, що Ю. Подгурецьки доволі лояльно, як він сам оцінив свою концепцію, викладену у монографії “Соціальна комунікація”, висвітлив проблеми спілкування. Автор вважає, що, “можливо, поняття соціальної комунікації не зовсім прозоре на рівні дефініції, але коли люди говорять про неї, мають на увазі передусім все те, що пов’язано з узгодженою дією, взаємною допомогою, із ясним усвідомленням тих поглядів, які визначають стосунки між людьми” [9].

Висновки. На початку дослідження нами була встановлена мета щодо визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій. Поставленої мети ми досягли не повною мірою, на що є об’єктивні причини, серед яких основною називаємо відсутність стрункої й верифікованої, прийнятої вченою спільнотою загальної теорії соціальних комунікацій.

Частина поставленої мети, яка дає змогу констатувати часткове її досягнення, полягає в тому, що:

1) дослідник Ю. Подгурецьки декларує інтердисциплінарний характер соціальної комунікації, але доводить свою декларацію, звертаючись до психологічних термінів і понять (наприклад, дослідник вважає визначальними факторами соціальної комунікації поняття “спілкування” і “комунікація”; пропонує виокремити такі детермінанти соціальної комунікації, як: регулятивні функції свідомості; когнітивна рівновага; процеси асиміляції і контрасту; установки як елементи структури свідомості та ін.);

2) Ю. Подгурецьки у своїх аргументах на користь доведення думки про інтердисциплінарний характер вивчення соціальної комунікації звертається до теорій, авторами яких є провідні психологи світу (наприклад, Леон Фестингер – автор теорії когнітивного дисбалансу; Ф. Хайдер, який створив продуктивні теорії стабільності установок, зміни установок і міжособистісного сприйняття; Olszewska-Kondratowicz A. – польський психолог, автор психологічного словника; Норьерт Силламі – психолог і психоаналітик, президент асоціації “Діти і надії”, автор психологічного словника в 2-х томах);

3) запропонувавши аналіз соціальної комунікації, Ю. Подгурецьки так і не довів свого логічного посилення щодо її інтердисциплінарного характеру, а залишився на позиціях психолога, а

більше – педагога-дидакта, який фрагментарно (несистемно) обговорює ідеї когнітивного дисбалансу, інтраверсії, екстраверсії, емпатії, інгратіації, трансгресії, маккіавелізму тощо;

4) якщо сьогодні й існує загальна інтердисциплінарна теорія соціальної комунікації, внесок Ю. Подгурецьки в базові її положення вичерпуються лише сегментом загальної та соціальної психології.

Перспективи подальших досліджень полягають у тому, щоб глибше й детальніше проаналізувати праці Ю. Подгурецьки, написані ним в останні 5–10 років, що, на наш погляд, дасть можливість або підтвердити, або спростувати наші висновки.

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – К., 2010. – 230 с. 2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М.: Наука, 1984. 3. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // *Общественные науки и современность*. – 1996. – № 3. 4. Ільганаєва В. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. Ільганаєва // *Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація*. – 2009. – №1. – С. 60–67. 5. Ільганаєва В. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку / В. Ільганаєва. – К.: Ред. журн. “Бібліот. вісник”, 1996. – 253 с. 6. Ільганаєва В. О. Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання / В. Ільганаєва // *Соціальні комунікації: результати досліджень–2013 : кол. монографія. – У 3-х т. – Т. 1 : Теорія та історія соціальних комунікацій [наук. ред. О. М. Холод]*. – К.: КНУКіМ, 2014. – С. 5–44. 7. Курбан О. В. Соціальні комунікації в роботах українських дослідників [Електронний ресурс] / О.В. Курбан // *Інформаційне суспільство. – Вип. 11. – 2010. – січень–червень. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/1044/1/O.Kurban_SKRUD_GI.pdf (дата звернення – 30.01.2017)*. 8. Курбан О.В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання [Електронний ресурс] / О. В. Курбан // *Інформаційне суспільство. – № 10. – 2009. – С. 64–66; також див.: Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/1045/1/O.Kurban_SKSSNZ_GI.pdf (дата звернення – 31.01.2017)*. 9. Подгурецьки Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецьки. – М.: Гелиос АРВ, 2006. – 160 с. 10. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Почепцов Г.Г. // *Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26*. 11. Почепцов Г. Социокommunikation и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). – Назва є екрану. 12. Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / Різун В. В. // *Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 35–36*. 13. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / Різун В.В. // *Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – с. 7, 10*. 14. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / Соколов А.В. – СПб. : Издательство Михайлова, 2002. – 449 с. 15. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособ. / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – с. 450. 19. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник [авт.-сост. В. А. Ильганаева]. – Харьков : КП “Городская типография”, 2009. – С. 296–297. 16. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. – Львів : ПАІС, 2011. – С. 35. 17. Холод О. М. Специфіка тлумачення терміна “соціальні комунікації” // *Журналістика в піарі та піар у журналістиці / Упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К.: “Грамота”, 2010. – С. 278–279*. 18. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі “Соціальні комунікації” / О. М. Холод // *Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3-х т. – Т. 3: Інмутація сучасного суспільства: монографія. – К. : КуМУ, 2012. – С. 213–222*. 19. Холод О. М. Трансгресивна тенденція розвитку соціальних комунікацій у теорії Валентини Ільганаєвої / О. М. Холод // *Держава та регіони. Сер: Соціальні комунікації. – № 1. – 2017. – (у друці)*.

20. Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации / Ф. И. Шарков // Социологические исследования. – 2001. – № 8. – С. 52–61. 21. Яблоновська Н. В. Термін “Соціальні комунікації”, або що є спільного між мережами підземного міського господарства та журналістикою? // Журналістика в піарі та піар у журналістиці / Упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К.: “Грамота”, 2010. – С. 185–187. 22. Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance, 1957. 23. Koncpcja transgresyjna człowieka : analiza psychologiczna, PWN, Warszawa, 1987, s. 50–67, 77, 140–142. 24. Machiavelli N. Ksiazce, Zaklad Narodowy im. Ossolinskih, Wroclaw, 1979, s. 46–47. 25. Olszewska-Kondratowicz A. Studia Psychologiczne, t. 15, 1975, s. 85–87, 94–95. 26. Osobowocz a społeczne zachowanie sie ludzi, red. J. Reykowski, KiW, Warszawa, 1980, s. 296, 417. 27. Sillamy N. Słownik psychologii, Katowice, 1995, s. 68.

REFERENCES

1. Goroviy V. Sotsial'ni informatsiyni komunikatsii, ikh napovneniya i resurs / NAN Ukraїni, Nats. b-ka Ukraїni im. V. I. Vernads'kogo; nauk. red. L. A. Dubrovina. – K., 2010. – 230 s. 2. Dridze T. M. Tekstovaya deyatel'nost' v strukture sotsial'noy komunikatsii. – M.: Nauka, 1984. 3. Dridze T. M. Sotsial'naya kommunikatsiya kak tekstovaya deyatel'nost' v semiosotsiopsikologii // Obshchestvennyye nauki i sovremennost'. – 1996. – № 3. 4. Il'ganaeva V. Sotsial'na komunikatsiya yak ob'ekt teoretizatsii / V. Il'ganaeva // Filosofiya lyuds'kogo spilkuvannya: filosofiya, psikhologiya, sotsial'na komunikatsiya. – 2009. – №1. – S. 60–67. 5. Il'ganaeva V. Bibliotchna osvita: nova paradigma rozvitku / V. Il'ganaeva. – K.: Red. zhurn. “Bibliot. visnik”, 1996. – 253 s. 6. Il'ganaeva V. O. Teoriya sotsial'nikh komunikatsiy na shlyakhu fundamentalizatsii media-znannya / V. Il'ganaeva // Sotsial'ni komunikatsii: rezul'tati doslidzhen'–2013 : kol. monografiya. – U 3-kh t. – T. 1 : Teoriya ta istoriya sotsial'nikh komunikatsiy [nauk. red. O. M. Kholod]. – K.: KNUKiM, 2014. – S. 5–44. 7. Kurban O.V. Sotsial'ni komunikatsii v robotakh ukrains'kikh doslidnikiv [Yeletronniy resurs] / O. V. Kurban // Informatsiynе suspil'stvo. – Vip. 11. – 2010. – sichen'–cherven'. – Rezhim dostupu: http://elibrary.kubg.edu.ua/1044/1/O.Kurban_SKRUD_GI.pdf (data zvernennya – 30.01.2017). 8. Kurban O. V. Sotsial'na komunikatsiya v sistemі suchasnogo naukovogo znannya [Yeletronniy resurs] / O. V. Kurban // Informatsiynе suspil'stvo. – No. 10. – 2009. – S. 64–66; takozh div.: Rezhim dostupu: http://elibrary.kubg.edu.ua/1045/1/O.Kurban_SKSSNZ_GI.pdf (data zvernennya – 31.01.2017). 9. Podguretski Y. U. Sotsial'naya kommunikatsiya / Y. U. Podguretski. – M.: Gelios ARV, 2006. – 160 s. 10. Pocheptsov G. G. Sotsial'ni komunikatsii i novi komunikativni tekhnologii / Pocheptsov G. G. // Komunikatsiya. – 2010. – № 1. – S. 19–26. 11. Pocheptsov G. Sotsiokommunikatsii i sotsiosistemy [Yeletronniy resurs] / G. Pocheptsov. – Rezhim dostupu: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (data zvernennya: 8.06.2016). – Nazva e yekranu. 12. Rizon V.V. Do pitannya pro sotsial'nokomunikatsiyniy pidkhid u nautsi / Rizon V.V. // Komunikatsiya. – 2010. – № 1. – S. 35–36. 13. Rizon V. V. Nacherki do metodologii doslidzhen' sotsial'nikh komunikatsiy / Rizon V.V. // Svit sotsial'nikh komunikatsiy. – 2011. – T. 1. – s. 7, 10. 14. Sokolov A. V. Obshchaya teoriya sotsial'noy komunikatsii / Sokolov A.V. – SPb. : Izdatel'stvo Mikhaylova, 2002. – 449 s. 15. Sokolov A. V. Obshchaya teoriya sotsial'noy komunikatsii: ucheb. posob. / A. V. Sokolov. – SPb.: Izd-vo Mikhaylova V. A., 2002. – s. 450. 16. Sotsial'nyye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, deyatel'nost') : slovar'-spravochnik [avt.-sost. V.A. Il'ganayeva]. – Khar'kov : KP “Gorodskaya tipografiya”, 2009. – S. 296–297. 17. Kholod O.M. Sotsial'ni komunikatsii : sotsio- ta psikholingvistichniy analiz : navch. posib. / Kholod O.M. – L'viv : PAIS, 2011. – S. 35. 18. Kholod O. M. Spetsifika tlumachennya terminu “sotsial'ni komunikatsii” // Zhurnalistika v piari ta piar u zhurnalistsiti / Uporyadn. V. F. Ivanov, O. S. Dudko. – K.: “Gramota”, 2010. – S. 278–279. 19. Kholod O. M. Sotsial'ni komunikatsii yak ponyattya v naukoviy galuzi “Sotsial'ni komunikatsii” / O. M. Kholod // Inmutatsiya suspil'stva v gipermarketi svidomosti: u 3-kh t. – T. 3: Inmutatsiya suchasnogo suspil'stva: monografiya. – K.: KiMU, 2012. – S. 213–222.

u teorii Valentini Íl' ganaévoí / O. M. Kholod // *Derzhava ta regioni. Ser: Sotsial' ní komunikatsii*. – № 1. – 2017. – (u drutsí). 20. Sharkov F.I. *Istoki i paradigmy issledovaniy sotsial' noy kommunikatsii* / Sharkov F.I. // *Sotsiologicheskiye issledovaniya*. – 2001. – № 8. – S. 52–61. 21. Yablonovs'ka N. V. *Termin "Sotsial' ní komunikatsii", abo shcho é spil' nogo mízh merezhami pídzemnogo mís' kogo gospodarstva ta zhurnalístikoyu?* // *Zhurnalístika v píarí ta píar u zhurnalístitsí / Uporyadn. V. F. Ívanov, O. S. Dudko*. – K.: "Gramota", 2010. – S. 185–187. 22. Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*, 1957. 27. *Koncepcja transgresyjna człowieka : analiza psychologiczna*, PWN, Warszawa, 1987, s. 50–67, 77, 140–142. 23. Machiavelli N. *Ksiazka*, Zakład Narodowy im. Ossolinskich, Wrocław, 1979, s. 46–47. 24. Olszewska-Kondratowicz A. *Studia Psychologiczne*, t. 15, 1975, s. 85–87, 94–95. 35. *Osobowocz a spoleczne zachowanie sie ludzi*, red. J. Reykowski, KiW, Warszawa, 1980, s. 296, 417. 26. Sillamy N. *Słownik psychologii*, Katowice, 1995, s. 68.