

**ПОСТУЛАТИ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ
(АБО СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЙ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ,
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У ПРАЦЯХ Г. ПОЧЕПЦОВА, В. РІЗУНА Й О. ХОЛОДА)**

У статті детально викладено основні положення концепцій соціального інжинірингу дослідників Г. Почепцова й В. Різуна, а також запропоновано власне бачення соціального інжинірингу. За результатами порівняльного аналізу сформульовано постулати соціального інжинірингу, які запропоновано вважати аксіомами й орієнтуватися на них під час здійснення подальших досліджень фахівцями із соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій. Констатовано, що концепції соціального інжинірингу, запропоновані Г. Почепцовим, В. Різуним й О. Холодом, мають більше спільного та можуть бути об'єднаними в постулатах соціального інжинірингу.

Ключові слова: соціальний інжиніринг, соціальні комунікації, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, постулати соціального інжинірингу.

I. Вступ

Фахівці із соціальних комунікацій усе частіше декларують відчутну проблему відсутності методологічних підвалин дослідження процесів соціальних комунікацій як в Україні, так і світі. Згадана проблема ґрунтується на різних поглядах представників Київської школи соціальних комунікацій Г. Почепцова [4–7], В. Різуна [8–11] і частково М. Хилька, В. Корнєєва, що тягне за собою різні тлумачення, інтерпретації та розпорошує можливу єдність у формуванні єдиного концептуального теоретико-методологічного підходу до вивчення процесів соціальних комунікацій. Цю проблему побіжно обговорюють і зарубіжні дослідники: наприклад, G. Tremblay [30].

Окреслена проблема пов'язана з такими важливим науковими (див. п. 1–3 далі) і практичними (див. п. 4–6 далі) завданнями:

- 1) формування сталої й верифікованої концепції соціального інжинірингу;
- 2) уточнення значення терміна «соціальний інжиніринг»;
- 3) верифікація кореляції між поняттями «соціальний інжиніринг» і «соціальні комунікації»;
- 4) виокремлення конкретних верифікованих (практично перевірених) ознак процесів соціального інжинірингу;
- 5) цілеспрямоване «вмонтування» у свідомість суспільства потрібних ініціатору ознак процесів соціального інжинірингу для підвищення ефективності впливу;
- 6) визначення інструментів контролю за практичною реалізацією процесів соціального інжинірингу.

II. Постановка проблеми

Метою дослідження є пошук спільного й відмінного в концептуальних підходах згаданих дослідників до вивчення процесів соціального інжинірингу в межах наукової галузі «Соціальні комунікації», формулювання власної концепції й постулатів соціального інжинірингу.

Методи дослідження: опис – для фіксування значущих деталей концепцій трьох згаданих дослідників; аналогії – для виявлення подібних та відмінних ознак в уявленнях трьох науковців про соціальні комунікації в межах наукової галузі «Соціальні комунікації»; аналізу та синтезу – для поділу розуміння соціального інжинірингу на складові й поєднання виділених для аналізу частин у єдину систему; узагальнення – для встановлення загальних властивостей і ознак соціального інжинірингу.

III. Результати

Георгій Георгійович Почепцов – один із ключових дослідників проблем комунікаційного інжинірингу й ідей соціальних комунікацій в Україні. Він аналізує процеси соціальних комунікацій у своїх працях «Комунікаційний інжиніринг» (2008) [4], «Соціальний інжиніринг: соціо- та психотехніки» (2010) [6], а також у статті «Соціальні комунікації і нові комунікативні технології» (2010). Зі змісту статті випливає, що Г. Почепцов вважає соціальні комунікації такими, що «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій».

Більш детально тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцов подає в іншій праці й називає їх не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу).

У праці «Соціокомунікації і соціосистеми» Г. Почепцов називає соціальні комунікації «соціокомунікаціями» й пропонує їх визначення: «соціокомунікації, або соціальні комунікації, є об'єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних. Будь-яка комунікація сприяє соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей» [6].

Дослідник визначає завдання, які покликані виконувати соціокомунікації, і перелічує їх:

- «утримувати існуючий стан соціосистеми,
- переводити соціосистеми в новий стан,
- активувати або блокувати певні параметри соціосистеми» [6].

На думку Г. Почепцова, соціокомунікації необхідно диференціювати на два типи: 1) «синхронні (у межах одного покоління); 2) діахронні (пов'язані з минулим)».

До першого типу автор зараховує комунікації між живими, до другого – між живими й мертвими (наприклад, книги й інші комунікативні продукти, створені в минулому) [6].

Між соціальними комунікаціями в тлумаченні Г. Почепцова, комунікативним інжинірингом і соціальним інжинірингом існує зв'язок. У своїй праці «Комунікативний інжиніринг: теорія і практика» (2008) Г. Почепцов, за словами видавця, повідомляє про те, що комунікативний інжиніринг «спрямований на доставку потрібних смислів заданим цільовим аудиторіям» [4]. Такими можуть бути й «революційні смисли, які здатні трансформувати суспільство, як це не раз було в історії людства...», можуть бути й заспокійливі смисли, які ми бачимо, наприклад, у «мільній опері» й деяких інших розважальних жанрах». Слід згадати про те, що Г. Почепцов тлумачить соціальні комунікації не як науку, а як вид «соціальної (гуманітарної) інженерії» (яка не існує без комунікації) [4].

Варто вбачати в комунікативному інжинірингові вид соціального інжинірингу. На думку фахівців із видавництва «Альтпрес», комунікативний інжиніринг є новою «спеціалізацією в області комунікативних наук». Також автори впевнені, що комунікативний інжиніринг є різними способами «побудови комунікативних мереж для вирішення соціальних, військових, політичних, дипломатичних, економічних завдань» [4]. Таким чином, соціальні комунікації автор пов'язує з комунікативним інжинірингом. Відмінність між соціальними комунікаціями й комунікативним інжинірингом Г. Почепцов не розглядає.

Оскільки соціальні комунікації реалізуються завдяки соціальнокомунікаційним технологіям, остільки необхідно аналізувати їхні різні види, групи й типи. Як один із частотних, активно використовуваних типів соціальнокомунікаційних технологій Г. Почепцов виокремлює ті, що спрямовані на пропаганду. У трьох частинах, опублікованих 2016 р. на сайті «Mediasapiens.kiev.ua» [5], Г. Почепцов описує 15 соціальнокомунікаційних технологій, спрямованих на ведення пропагандистської й інформаційної війни. Дослідник пропонує такий перелік соціальнокомунікаційних згаданих технологій:

- 1) руйнування інформаційного монополізму;
- 2) перерозподіл інформаційної ваги гравців;
- 3) створення керованих масових єдностей;
- 4) керування сприйняттям;
- 5) керування героїкою;
- 6) керування ворогами;
- 7) маніпуляція джерелами інформації;
- 8) керування парадоксальністю;
- 9) керування каналом комунікації;
- 10) керування фреймами;
- 11) керування розважальністю;
- 12) керування сакральністю;
- 13) керування технологіями для здійснення пропаганди;
- 14) керування історією;
- 15) керування за допомогою великих масивів інформації [5].

Ці нові технології, на думку Г. Почепцова, «дозволяють порушувати інформаційний порядок, який вже склався» під час здійснення нових соціальних комунікацій. До того ж, як вважає дослідник, «у голові людини є еквівалентність інформаційної й фізичної картини світу», і «саме тому зміни в інформаційному уявленні вона автоматично переносить на реальність» [5]. Тому зміни соціальних комунікацій залежні від змін в уявленнях людей, що, у свою чергу, безпосередньо залежить від змін у реальному світі.

Соціальні комунікації здійснюють соціальний інжиніринг. На думку Г. Почепцова, «структура (економіка) інформації відрізняється від структури (економіки) знань. Якщо інформація може базуватися на одному спостереженні, то знання потребують більшого числа спостережень» [5]. Дослідник підсумовує: «Кожна маніпуляція намагається подати свою інформацію як знання» [5]. Г. Почепцов яскраво ілюструє тезу декількома прикладами соціальнокомунікаційних технологій. Оскільки реклама «закладає свою інформацію в мозок споживача, щоб "увімкнути" її в момент потреби, що виникає», спрацьовує те, що дослідник називає «перехід»: «реклама зубної пасти на екрані – бренд полочки в супермаркеті». Цікавим є зауваження Г. Почепцова: «За два тижні джерело інформації стирається з пам'яті й перетворюється з інформації в знання» [5]. Таким

чином, соціальні комунікації (завдяки рекламі) конструюють поведінку споживача (іншими словами, здійснюють соціальний інжиніринг споживача).

Так само соціальні комунікації можуть створювати потрібний дискурс. Таку думку ілюструє приклад Г. Почепцова, який пригадує пропагандистський інструмент (технологію) радянських часів. У маловідомій газеті, наприклад, в Індії, подається інформація як знання про певний предмет обговорення. Через деякий час радянські авторитетні газети передруковують ідеологічно потрібний (і заздалегідь підготовлений) матеріал з індійської газети з посиланням на джерело. Жодного обману немає: реально існує індійська газета, яка подала інформацію про певний дискурс, а радянські інформаційні агентства лише передрукували таку інформацію. У наведеному прикладі спостерігається маніпуляція з джерелом, що Г. Почепцов називає маніпулятивною технологією. Надалі, після обробки отриманої з індійської газети інформації, радянська влада приймає відповідне рішення, оскільки дискурс того вимагає. Г. Почепцов вдало зазначає, що Інтернет сьогодні створює множинність джерел і є масовим говорінням, оскільки «викинути» в Інтернеті свою думку сьогодні коштує досить дешево [5].

Цікавим ефектом сьогодні в Інтернеті є тролінг, який надає змогу будь-кому «конструювати» (здійснювати соціальний інжиніринг) реальність за власним бажанням, записуючи «потрібні» думки (застосовувати соціальні комунікації) заради подразнювання удаваного опонента під час віртуальної розмови-суперечки. Троль (той, хто здійснює тролінг як стимулювання суперечок) створює своїми неістинними аргументами неістинну інформацію про «реальність», наприклад, перекинувши факти історії. «Жертва», або «м'ясо» (той, хто втягується в обговорення з тролем і має протилежну думку) прагне «вивести на чисту воду» троля, але перебуває непомітно для себе в ірреальному світі спалюваних фактів, завдяки яким троль створив неправдиву інформацію. Соціальний інжиніринг відбувається на очах у троля і його жертви завдяки соціальним комунікаціям, які реалізуються за допомогою соціальнокомунікаційної технології тролінгування [5].

У межах соціального інжинірингу Г. Почепцов розглядає метод блокування раціональності, який він називає «керування парадоксальністю» [5]. Здійснюється такий метод (варто його називати «соціальнокомунікаційна технологія») завдяки введенню в реальність неочікуваних тактик, моделей поведінки тих, від кого очікували лише традиційно налаштовані консервативні соціальні комунікації. Г. Почепцов наводить приклад, коли під час «перебудови» радянські керівники вирішили припинити глушіння західних радіостанцій. У зв'язку із цим потрібно було на екранах телебачення «запустити» нові молодіжні проекти, щоб привернути увагу молоді до парадоксально нового телепродукту й відволікти її від слухання «ворожих голосів» із Заходу. Молодь періоду «перебудови» не очікувала появи досить несподіваної на той час телепрограми «Взгляд», ведучі яких сміливо й критично виступали проти застійних соціальних процесів в економіці, політиці, науці, культурі й спорті тощо. Несподіваність мала парадоксальний характер ще й тому, що телепрограма «Взгляд» починалася за півгодини до півночі й завершувалася близько другої години ночі. До виходу телепрограми все телемовлення в СРСР припинялося о 23.30–24.00. Г. Почепцов, аналізуючи соціальнокомунікаційну технологію керування парадоксальністю, зауважує: «Виходить, що парадоксальність людини, факту, теорії захоплює нас і не дає можливості увімкнути критичне мислення» [5]. Саме завдяки описаній соціальнокомунікаційній технології «управління парадоксальністю» в пізньому СРСР відбувалася спроба здійснення соціального інжинірингу.

Згадуючи соціальні практики в галузі пропаганди за часів СРСР, Г. Почепцов зауважує, що комунікація була здатна виконувати роль інструменту трансформації суспільства. Але тоді ще не було дигітальної (від англ. digital – цифровий) інформації, яка розповсюджується електронними пристроями (гаджетами). Дослідник вказує на те, що пропагандистам варто взяти на озброєння швидкість сприйняття користувачами-читачами дигітальної інформації й швидкість прийняття рішення тими, хто сприймає дигітальний текст. Г. Почепцов пропонує технології, побудовані на дигітальних каналах розповсюдження інформації, називати керуванням каналом комунікації (ККК), «коли певні типи меседжів можуть подаватися одним каналом, інші – іншим» [5].

Соціальний інжиніринг фіксується на рівні подавання інформації в різних форматах-фреймах. Г. Почепцов ілюструє соціальнокомунікаційну технологію керування фреймами й називає її «метод керування фреймами» (метод КФ). Суть дії згаданої технології соціального інжинірингу полягає в тому, що в медіа споживачеві інформації пропонують епізодичну інформацію (за Г. Почепцовим, – «епізодичний фрейм»), яка має свій певний дискурс, системне пояснення (за Г. Почепцовим, – тематичний фрейм). В епізодичному фреймі аудиторія «бачить» лише фрагмент реальності й не має можливості відтворити причини й наслідки такого фрагменту. Винним у негативному фрагменті реальності виявляється конкретний суб'єкт. Коли ж медіа подає тематичний фрейм, винним у наявності негативних епізодичних фреймах стає соціальна інституція, держава насамкінець. Саме тому, підсумовує Г. Почепцов, пересічному реципієнтові демонструють переважно епізодичні фрейми, які не є системою, які не дозволяють ув'язати багато епізодичних фреймів у єдине ціле, у єдину систему [5]. Застосування соціальнокомунікаційної технології керування фреймами є продуктивним для будь-якого політичного режиму, метою якого є керування суспільством, диктат влади.

Аналізуючи роль і вплив технологій соціальних мереж на прийняття рішень, що змінюють суспільство, Г. Почепцов зазначає: «Техніка перестає бути всього лише технікою, коли від неї починають залежати вчинки й мотивації людей» [5]. Дослідник уточнює свою думку: «Якщо наявність тієї чи іншої технології починає впливати на політичні рішення, більш того, може призводити до зміни режиму в країні, це свідчить про те, що є зв'язка "технічне + політичне", що посилюючи те, що іменується технічним, ми можемо отримувати політичні результати» [5]. Отже, конструювання політичного (соціального) сьогодні залежить від технічного (технологій), які автор вбачає в соціальних мережах (наприклад, «Фейсбук», «Вконтакте», «Твіттер» тощо). Застосування соціальнокомунікаційних технологій соціальних мереж надасть змогу владі здійснювати ефективний контроль над суспільством, «будувати» (інженірувати) суспільство.

У справі соціального інжинірингу важливу роль виконує вміння керувати минулим. Г. Почепцов описує соціальнокомунікаційну технологію керування минулим (КМ), посилаючись на думку історика Фамі, який свого часу був активним учасником Арабської весни. Фамі на прикладі Угорщини, яку він називає країною «з такою складною історією», ілюструє думку про те, що будь-яка країна могла б відшукати у своїй історії момент, коли вона не була «забруднена ні комунізмом, ні нацистською окупацією, ні громадянською війною» [5]. Такий момент, стверджує історик Фарі, може стати як «об'єднуючий інструментарій, на якому побудують свої надії на майбутнє» [5]. Отже, керування минулим як соціальнокомунікаційну технологію можуть, на думку Г. Почепцова, ефективно використовувати пропагандисти для соціального інжинірингу.

Г. Почепцов у багатьох своїх наукових працях і популяризаторських статтях для медіа підкреслював та продовжує акцентувати увагу на тому, що соціальні комунікації завдяки соціальнокомунікаційним технологіям є інструментарієм для соціального інжинірингу.

Послідовно, після знакових, на наш погляд, праць Г. Почепцова, виходять праці В. Різуна, який зробив вагомий внесок у становлення й розвиток наукової галузі «Соціальні комунікації» в Україні.

Він запропонував власний погляд на соціальні комунікації, який не є окремою стрункою теорією, але принципами й положеннями щодо потенційної теорії соціальних комунікацій.

Основні положення погляду В. Різуна на соціальні комунікації викладено в широковідомих статтях «До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці» [9], «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» [8; 10], «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» [11].

В. Різун запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності» [9]. На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, впровадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами» [9]. В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [9]. Дослідник вважає, що згадані ним комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію із соціально визначеними групами людей» [9]. В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» [9].

У праці «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» В. Різун робить акценти й розглядає такі ключові питання.

1. Соціальні комунікації слід вивчати як практичну справу, що належить до «сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу)» [10].
2. Соціальні комунікації необхідно розглядати як засоби ефективного зв'язку між соціальними інститутами.
3. Проектування й впровадження соціальних комунікацій є «справою соціального інжинірингу» [10].
4. Соціальні комунікації є штучно витворені, «науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві» [10].
5. Соціальні комунікації є роботою, що має «виробничо-технологічні форми», які передбачають наявність «комунікаційної індустрії в державі та на міждержавному рівні». Така індустрія, на думку В. Різуна, «тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу» [10].
6. В. Різун вважає, що потрібно визнати соціальноінженерне вчення про «налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи» [10].
7. Соціальні комунікації включені до соціальної інженерії.
8. Соціальні комунікації не є науками про комунікацію, але про «історію (виникнення й розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженерної справи, яку ми й назвали соціальнокомунікаційною». Соціальні комунікації є науками про «власне соціальні комунікації як продукт соціальнокомунікаційної справи» [10].

9. На думку В. Різуна, соціальні комунікації мають можливість вивчати цілий перелік об'єктів. До таких автор зараховує одинадцять, шість з яких наведено далі: «комунікаційна діяльність соціальних інститутів та форми й види інституціалізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів»; «соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація»; «соціальнокомунікаційний продукт, його форми та види»; «технології виготовлення, збереження та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту»; «засоби соціальної комунікації»; «форми та методи модернізації й оптимізації соціальнокомунікаційної справи» [10].
10. Соціальні комунікації, впевнений В. Різун, потрібно вважати зряддям, і підтверджує свою позицію думкою О. Леонтьєва, який вважав, що «мовлення не заповнює собою всього "діяльнісного" акту» [1].
11. Науки про соціальну комунікацію не можуть функціонувати, заявляє з упевненістю В. Різун, без «даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики» [8].
12. За заявою В. Різуна, соціальнокомунікаційна інженерія й науки про неї потребують нині систематизації знань.
13. Між комунікативістикою й соціальними комунікаціями є плутанина в поняттях та термінах, що їх означають.
14. В. Різун вважає, що необхідно принципово розмежовувати такі види спілкування:
- *персональне спілкування* – виступає в «ролі функції людини як суб'єкта й використовується на операціональному, а не дієвому чи діяльнісному рівні її активності» [8];
 - *масове спілкування* – «має не персональний, а публічний характер», воно одновекторне, має суб'єктно-об'єктний характер і «піднімається вже до рівня системи дій» [8];
 - *соціальне спілкування* – «більш організований і технологічно обумовлений вид комунікації»; це діяльність, що «спрямована на встановлення та підтримання соціального зв'язку в суспільстві» [8].

В. Різун пропонує здійснити «мета-аналіз» для «систематизації комунікаційних знань». У такій справі є принциповим, на думку автора, «розмежування термінів "соціальна (суспільна) комунікація" та "соціальні (суспільні) комунікації"». Дослідник наполягає на тому, що «необхідно кваліфікувати й соціальні комунікації як автономну справу, про яку може бути наука, яка не дублює комунікативістики, а використовує її». У зв'язку із зазначеним, В. Різун пропонує «соціальнокомунікаційну справу» назвати соціальнокомунікаційним інжинірингом, або теорією та історією соціальнокомунікаційного інжинірингу. Соціальні комунікації дослідник пропонує назвати «соціальнокомунікаційні мережі» чи «соціальнокомунікаційні системи» [8].

Вживання слова «комунікація» в однині, на думку В. Різуна, має сенс тоді, коли йдеться про обмін інформацією, про міську комунікацію, наприклад, під землею. У множині варто, як вважає В. Різун, вживати термін «комунікації» лише тоді, коли обговорюють соціальні зв'язки. Отже, варто, як пропонує дослідник, диференціювати поняття «матеріальна комунікація» (технічне з'єднання, наприклад, між будинками) і поняття «соціальні комунікації» (дія, взаємодія та відносини між елементами суспільства, соціальними елементами) [8].

Виходячи з викладеного, В. Різун вважає, що термін «соціальна комунікація» можна вживати в двох значеннях, а саме:

- 1) «соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій»;
- 2) «соціальна комунікація... як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільнокультурної діяльності й лежить в основі соціальних комунікацій» [8].

Запропонована В. Різуну диференціація тлумачень терміна «соціальна комунікація» й уживання згаданого терміна в однині й множині повинні бути покладені в основу класифікації наук, що стосуються комунікації. Дослідник зауважує, що такий поділ «не є завершеним і достатнім» [8].

Аналізуючи проблеми методології досліджень соціальних комунікацій, В. Різун зазначає, що «організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж у системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку». Методологія наукової галузі «Соціальні комунікації» формується, на думку В. Різуна, «на такій сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано "об'єднання" соціуму за допомогою спілкування» [8].

За твердженнями В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціальнокомунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у «фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять соціальнокомунікаційного 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» [8]. На думку В. Різуна, комунікаційні об'єкти в соціальному вимірі потрібно вивчати на основі таких методологічних положень:

- 1) «фіксація досліджуваного об'єкта в природній для нього системі суспільних координат (зв'язок із соціальною групою, фахом, віком, освітою, переконаннями, вірою тощо)» [8];
- 2) «спостереження за досліджуваним об'єктом у соціальних умовах» [8];

- 3) «експериментування з досліджуванним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах» [8];
- 4) «опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів» [8];
- 5) «аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті»;
- 6) «соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу».

В. Різун акцентує увагу на тому, що включення, наприклад, журналістикознавства й бібліотекознавства до наукової галузі соціальні комунікації передбачає аналіз об'єктів і предметів дослідження «як особливих засобів соціальної інженерії» [8].

Разом із тим, на думку В. Різун, потрібно врахувати, що реалізація соціальної інженерії може здійснюватися лише за допомогою технологічних процесів, технологій. Дослідник декларує: «...Успіх справи в організації соціальнокомунікаційних мереж великою мірою залежить від тих науково визначених шляхів, способів, принципів, знарядь, об'єктів та технік впливу, які й становлять основу тієї чи іншої технології» [8]. Автор вважає, що для соціальних комунікацій соціальнокомунікаційні технології є найважливішим об'єктом досліджень.

Дослідник В. Різун аналізує поняття «суспільна комунікаційна система», маючи на увазі «модель організації праці» й технологічну систему, «яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу – комуніката та засоби впливу (медіа тощо)» [8].

Свої погляди на соціальні комунікації В. Різун виклав у статті «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» (2012).

Автор 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. Різун, досі відбувається «непорозуміння серед науковців» [11]. Незважаючи на різні позиції й уявлення науковців про комунікацію як об'єкт дослідження, В. Різун стверджує: «Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі (“Соціальні комунікації”) і створення метатеорії на основі знань інших наук». 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». В. Різун вважає, що вчення про соціальні комунікації належить «до сфери інженерних вчень», які завжди технологічно спрямовані. Він спирається на тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцовим: «Соціальні комунікації – це не наука, це вид соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій)», і В. Різун додає: «а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу» [11].

В. Різун вважає, що «статус інженерного вчення не принижує соціальні комунікації, але одночасно надає їм статусу ремесла, професійної діяльності, фахівці якої виступають у ролі комунікаційних технологів (комунтехнологів), соціальних інженерів». І саме тому дослідник робить висновки про те, що соціальна інженерія як вчення «займе гідне місце серед технічних наук, які складатимуться з соціально-технічних та матеріально-технічних наук» [11].

На думку В. Різун, «будь-який вид соціальної комунікації в цілому може підлягати дослідженню», наприклад:

- «із точки зору становлення цього виду (історичний підхід для вивчення становлення виду соціальної комунікації);
- з'ясування суспільної природи та форм існування соціальної комунікації й кожного її виду залежно від суспільно-політичних умов тощо (онтологічний підхід);
- дослідження функціонування компонентів, елементів, складників кожного виду соціальної комунікації та взаємозв'язків між ними (системний підхід);
- дослідження вияву того чи іншого виду соціальних комунікацій залежно від вибору конкретних суспільно-політичних умов серед наявних альтернативних умов, чинників (інформаційний підхід)» [11].

Соціальнокомунікаційні дослідження сьогодні, як вважає В. Різун, вже можуть мати актуальні питання. Автор наводить декілька прикладів таких питань:

- «інституціалізація, морфологізація, ієрархізація громади як суб'єкта-комуніката соціальних комунікацій;
- формування суб'єктно-суб'єктного підходу в системі соціального комунікування;
- протидія та ризики в соціальній комунікації, а саме ризики, які спричинені пасивністю суб'єкта-комуніката;
- вивчення механізмів перетворення суб'єкта комуніката на об'єкта;
- формування загальної, політичної, медійної культури в членів громади як способу боротьби з пасивністю громади» [11].

В. Різун, обговорюючи питання розробки соціальнокомунікаційного підходу до вивчення явищ і процесів у межах соціальних комунікацій, зазначає, що до «соціальнокомунікаційної парадигми принципів дослідження явищ обов'язково входить:

- 1) вивчення явища в контексті суспільної взаємодії суб'єктів спілкування;
- 2) визначення функціонального статусу явища в цьому контексті взаємодії;

3) визначення залежності явища від мети, завдань і характеру суспільної взаємодії» [11].

Спираючись на попередників (Г. Почепцова й В. Різуна), О. Холод запропонував власну концепцію соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і соціальнокомунікаційних технологій, створивши метамодель маніпуляції суспільства в межах теорії інмутації суспільства (ТІС) і соціальноінжинірингний аналіз (СІ-аналіз) Результати своїх досліджень О. Холод опублікував у працях останніх років (див.: [12–29]).

О. Холод пропонує визначати соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві.

Соціальною інженерією О. Холод називає триєдиний комплекс процесів, спрямованих на:

- 1) *ідентифікацію* існуючих моделей соціальної активності (визначення одного оригінального явища, процесу з певної кількості інших, що є подібними до оригінального, але які відрізняються від нього);
- 2) за результатами ідентифікації *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства;
- 3) *прагматизацію* в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства [29, с. 21–26].

Описаний триєдиний комплекс процесів О. Холод називає **триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії** й ілюструє прикладами [29, с. 21–26].

Приклад 1 – соціальна інженерія, що спирається на політичну активність суспільства.

Серед великої кількості моделей сучасної соціальної активності, що впливають на трансформацію свідомості суспільства, є процеси політичної активності. Одним із видів політичної активності є вибори. Під час виборів зацікавлені політичні суб'єкти використовують спеціально призначені соціальнокомунікаційні технології. Мета таких технологій – змінити свідомість суспільства в потрібному напрямку. Наприклад, політичні опоненти застосовують нечесні підрахунки голосів виборців із метою зміни співвідношення між показниками кількості прихильників політичних суб'єктів, які є лідерами. За результатами таких підрахунків певна політична сила переможе на виборах і почне змінювати на гірше (інмутувати) або на краще (мутувати) моделі поведінки суспільства. Іншими словами, на думку О. Холода, відбудеться трансформація свідомості суспільства. Автор називає нечесний підрахунок голосів виборців технологією «нечесних підрахунків». Саме процес виокремлення ознак нечесних підрахунків голосів виборців, а пізніше – іменування такого процесу дослідник називає ідентифікацією або першим процесом соціальної інженерії [29, с. 21–26].

Другим процесом соціальної інженерії в прикладі О. Холода буде *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства за результатами здійсненої ідентифікації. Нова модель соціальної активності повинна, на переконання автора, бути якіснішою за ту, яка буда ідентифікована. Шляхи покращення якості моделі соціальної активності суспільства можуть бути різними й спиратися на три вектори моделювання:

- 1) додавання до моделі декількох нових елементів;
- 2) трансформування моделі соціальної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову;
- 3) утворення нової моделі соціальної активності суспільства без урахування існуючих закономірностей і принципів побудови такої моделі.

У прикладі 1 моделі соціальної інженерії, що спирається на політичну активність суспільства, додаванням нових елементів до існуючої моделі буде, наприклад, як вважає О. Холод, перехід від виборів за партійними списками до моделі виборів за сумісним, комбінованим варіантом (і за партійними списками, і за мажоритарним принципом). Сама модель політичних виборів як політичної активності не змінена, лише доданий порядок виборів за мажоритарним принципом.

Трансформуючи існуючу модель політичних виборів президента, можна, упевнений О. Холод, настільки змінити модель соціальної політичної активності суспільства, що вона стане новою: треба, наприклад, запропонувати суспільству обирати президента не прямим способом завдяки поіменному голосуванню громадян України, яким виповнилося на день виборів 18 років, на виборчих дільницях по всій країні в один день, а шляхом таємного голосування членів парламенту країни. Таким чином, вважає О. Холод, зміниться/трансформується свідомість і моделі поведінки суспільства, модель соціальної політичної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову [29, с. 21–26].

О. Холод передбачає: можливий також варіант, коли буде запропонована принципово нова модель соціальної політичної активності суспільства, яка не буде подібною до жодної з тих моделей, які існували й функціонували дотепер. Наприклад, кожний громадянин країни висловлює власну думку щодо політично-економічного устрою держави шляхом її разової фіксації у віртуальному вигляді в банку даних генеральної пам'яті суспільства. «Біологічно-електронний мозок людства» (термін О. Холода) самостійно визначає домінуючу позицію представників певної держави й оголошує своє рішення. Таке рішення не підлягатиме, впевнений автор, оскарженню чи скасуванню. Потрібно визнати в такому фантастичному варіанті принципово нову форму со-

ціальної політичної активності суспільства, яка кардинально трансформує суспільство і його моделі поведінки.

Утворення нової (або трансформованої старої) моделі соціальної політичної активності суспільства не завершує, як вважає О. Холод, процес соціальної інженерії. Останнім етапом її є прагматизація в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної політичної активності суспільства. Дослідник наводить приклад, коли фахівці соціальної інженерії, які дотичні до створення певної моделі, прагматизують (розраховують певний ступінь впливу дії запропонованої ними моделі) зміни в суспільстві. На думку О. Холода, плануючи наслідки дії певної моделі соціальної політичної активності суспільства, фахівці соціальної інженерії доходять висновків про те, що вже нині треба готувати певні арсенали, ресурси для реалізації замисленого в майбутньому. Саме таким чином і здійснюється розвиток суспільства: завдяки й через трансформацію свідомості суспільства.

Ефективним, на думку О. Холода, засобом трансформації свідомості суспільства є масові медіа (масмедіа).

Посилаючись на положення триєдиного принципу трансформації свідомості за рахунок соціальної інженерії, О. Холод вважає необхідним навести приклад, у якому яскраво ілюструвалася б дія згаданого принципу.

Приклад 2 – соціальна інженерія, що спирається на масмедійну активність суспільства.

У майбутньому з'явиться, на думку дослідника, потреба «вконструювання» у свідомість суспільства віри в те, що для відчуття щастя кожному працездатному члену суспільства необхідно відпрацювати за добу 10 годин на виробництві матеріальних цінностей і 6 годин на виробництві духовних цінностей. За триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, уже нині слід здійснити такі дії:

- 1) *ідентифікувати* існуючі моделі масмедійної активності, достеменно вивчити їх;
- 2) за результатами ідентифікації існуючих моделей масмедійної активності суспільства *створити* нові (більш якісні) моделі;
- 3) *прагматизувати* на майбутнє дієвість та ефективність створених моделей соціальної масмедійної активності суспільства [29, с. 21–26].

Для узгодження дій соціальної інженерії з першим принципом (ідентифікація) спочатку, як вважає О. Холод, слід виокремити існуючі моделі масмедійної активності суспільства. До таких моделей, наприклад, автор відносить повідомлення новин на радіо та на телевізійних каналах щовечора в певному порядку: реклама, політика, економіка, суспільство, культура, спорт, погода, реклама.

Відомо, зазначає О. Холод, що новини на деяких телевізійних каналах України (наприклад, «ІСТВ», «СТБ») вже декілька років як змінили порядок подавання інформації відповідно в передачах «Факти» та «Вікна-новини». Згадані зміни стосуються, перш за все, порядку слідування тематичних блоків. Замість політики й економіки, телеглядачам пропонують новини з рубрики «Суспільство». Такий спосіб додавання нових елементів в існуючу модель трансляції новин не є утворенням нової моделі, але трансформаційним засобом може називатися, вважає О. Холод [20, с. 202–208].

Другий принцип реалізації соціальної інженерії (утворення нової моделі) передбачає, як вважає дослідник, пропонування таких змін у моделях активності соціуму, які перетнуть межу критичної маси й набудуть ознак нових (більш якісних) моделей подавання новин. О. Холод наводить приклад: новини як такі не будуть мати рубрикацію «політика», «економіка», «спорт», «суспільство», «культура» або «спорт» чи «погода». Телеглядач сам буде обирати собі ті теми з різних рубрик, які йому хочеться переглянути (почути). Зміни за описуваним другим принципом соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, також, упевнений О. Холод, є засобами трансформації свідомості суспільства.

За пропозицією О. Холода, третій принцип соціальної інженерії передбачає прагматизацію на майбутнє дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства.

У наведеному прикладі 2 (про моделювання подавання новин за стандартними й штампованими рубриками) прагматизація фіксуватиметься в тому, що фахівці-масмедійники (журналісти й ті, хто дотичний до виробництва новин) не будуть пропонувати конкретні рубрики як такі й у конкретному штампованому та стандартизованому вигляді й порядку. Вони будуть утворювати бази новин за тематичним наповненням (за рубриками), але подавати їх не будуть. Прагматичність полягає в тому, що, наприклад, телевізійна аудиторія сама буде визначати місце сприйняття й час сприйняття інформації, яка їй потрібна.

Отже, за результатами аналізу прикладів 1 і 2, які наведені для ілюстрації триєдиного принципу реалізації соціальної інженерії, О. Холод констатує, що обговорюваний принцип:

- 1) надає змогу описувати явища соціальної інженерії;
- 2) є таким, що пояснює існуючі явища й процеси соціальних комунікацій у суспільстві;
- 3) розтлумачує зв'язок між старими й нинішніми моделями масмедійної активності суспільства, з одного боку, і впливом на моделі активності суспільства в майбутньому – з іншого;
- 4) детермінує об'єктивність стосунків і відносин між масмедіа й споживачами інформації в тих саме формах, яких вимагає соціальний дискурс і пропонують існуючі моделі трансляції інформації.

У 2011 р. О. Холод пропонує трактувати наукову галузь «Соціальні комунікації» (КОМТЕКА – комунікаційна тека) як «галузь знань, організаційно впорядковану систему документів, їх масив, продукти засобів масової комунікації та інформаційних технологій, які забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікаційного процесу» [21].

У 2013 р. на базі створеної теорії інмутації суспільства О. Холод пропонує розглядати комунікаційні технології як комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки в ході соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин за наявності обміну інформацією між комунікатором і комунікантом [28].

Пізніше, у 2015 р., дослідник пропонує на базі оригінальної концепції трьохетапного аналізу соціального інжинірингу (далі – СІ-аналіз, або триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії) тлумачити соціальні комунікації як процес здійснення соціальної взаємодії (ідентифікації комунікаційних моделей, утворення нових моделей комунікації і практичну перевірку таких) завдяки обміну інформацією [29, с. 21–26].

Суть концепції соціального інжинірингу О. Холод виклав у таких положеннях (див.: [12; 14; 20–29]):

1) предмет вивчення повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками як соціальний процес;

2) ідентифіковані характеристики надають змогу «дізнатися» про модель соціального процесу як адекватну/неадекватну для реалізації завдання фахівця із соціального інжинірингу;

3) на базі встановленої моделі (за умови її відповідності для вирішення поставлених завдань) відбувається її трансформація або створення нової моделі соціального процесу;

4) нова модель соціального процесу обов'язково перевіряється завдяки пілотним проектам і тільки після підтвердження ефективності модель «монтується» фахівцями у свідомість суспільства й реалізується непомітно як об'єктивний соціальний процес.

СІ-аналіз спирається на авторську концепцію соціального інжинірингу.

Смисл СІ-аналізу, за пропозицією О. Холода, полягає в розчленуванні цілого (продукту соціальних дій, взаємодій і відносин) на його структурні три частини (етапи) реалізації, а саме: перший етап – ідентифікація моделей соціальних дій, взаємодій і відносин, що функціонують у суспільстві; другий етап – моделювання (створення нових моделей) за результатами ідентифікованих соціальних дій, взаємодій і відносин; третій етап – верифікація (практична перевірка) моделі, створеної на другому етапі.

IV. Висновки

1. Порівняння положень теорій і концепцій Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода мають можливість бути викладені в постулатах (від лат. *postulatum* – вимога) – «твердження (судження), яке приймається в межах будь-якої наукової теорії за дійсне, хоча є недоведеним її засобами, тому віграє в ній роль аксіоми» [3].

2. Як Г. Почепцов, так і В. Різун декларують підлеглий характер соціальних комунікацій щодо соціального інжинірингу. Їхню позицію підтримує О. Холод. Отже, положення, висловлені трьома дослідниками, можуть бути об'єднані в межах трьох груп постулатів:

1) постулати соціального інжинірингу;

2) постулати соціальних комунікацій;

3) постулати комунікаційних технологій.

Далі ми пропонуємо в авторській редакції деталізацію кожної із згаданих груп.

Постулати соціального інжинірингу (СІ).

Постулат 1-СІ. Соціальний інжиніринг створений людьми й не є природним процесом.

Постулат 2-СІ. Соціальний інжиніринг можна розглядати як мистецтво (управління суспільством), вчення (наука про управління суспільством), методологію (шлях, засіб аналізу управління суспільством).

Постулат 3-СІ.

Соціальний інжиніринг застосовує соціальні комунікації як засоби реалізації.

Постулат 4-СІ. Соціальний інжиніринг здійснюється фахівцями.

Постулат 5-СІ. Соціальний інжиніринг має щонайменше три етапи реалізації: ідентифікація, моделювання, верифікація.

Постулат 6-СІ. Під час вивчення процесів соціального інжинірингу об'єктом є процеси конструювання соціальних змін спочатку в колективній свідомості суспільства, потім – у його реальному житті.

Постулат 7-СІ. Соціальний інжиніринг підлягає постійному контролю й корекції з боку фахівців.

Постулат 8-СІ. Наслідки соціального інжинірингу перетворюються на соціальне життя й не є соціальним інжинірингом.

Постулати соціальних комунікацій (СК)

Постулат 1-СК. Соціальні комунікації є штучним утворенням.

Постулат 2-СК. Соціальні комунікації реалізують соціальний інжиніринг.

Постулат 3-СК. Соціальні комунікації спрямовані на регулювання соціальних систем.

Постулат 4-СК. Під час вивчення соціальних комунікацій об'єктом є процеси, що спрямовані на регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин завдяки обміну інформацією.

Постулат 5-СК. Соціальні комунікації мають стратегічні й оперативні засоби, що реалізуються в комунікаційних технологіях.

Постулати комунікаційних технологій (КТ)

Постулат 1-КТ. Комунікаційні технології створені людиною й тому мають соціальний характер.

Постулат 2-КТ. Комунікаційні технології не бувають позитивні (мутаційними) чи негативні (інмутаційними), такими їх роблять фахівці соціального інжинірингу.

Постулат 3-КТ. Комунікаційні технології реалізуються завдяки системі комунікаційних технік, останні – завдяки системі комунікаційних прийомів.

Постулат 4-КТ. Під час вивчення процесів комунікаційних технологій об'єктом є системи засобів, спрямованих на соціальні зміни завдяки комунікації.

Постулат 5-КТ. За своїм властивостями комунікаційні технології є нестійкі: позитивні (мутаційні) технології можуть трансформуватися в негативні (інмутаційні) технології й навпаки.

Постулат 6-КТ. Підґрунтям трансформацій комунікаційних технологій є епістема як система знань певної історичної епохи.

Постулат 7-КТ. Оцінка результативності дії комунікаційних технологій залежна від аксіології суспільства.

Перспективи подальших досліджень.

Вважаємо перспективними дослідження порівняльного характеру: з одного боку, варто порівняти ідеї соціального інжинірингу, які висував свого часу Ю. Резнік (90-ті рр. ХХ ст.), з тими ідеями, які пропонують Г. Почепцов, В. Різун та О. Холод. З іншого боку, необхідно порівняти ідеї соціального інжинірингу групи Резніка-Почепцова-Різуна-Холода з тими ідеями соціального інжинірингу, які висувують дослідники за кордоном (10-ті рр. ХХІ ст.).

Подяки.

Ми вдячні доктору філологічних наук, професору *Георгію Почепцову* за надання цінних матеріалів для висвітлення його ідей щодо соціального інжинірингу, а також доктору філологічних наук, професору *Володимиру Різуну* за постійну підтримку наших наукових ідей та розвідок.

Особливу подяку висловлюємо дружині – кандидату філологічних наук, доценту *Ганні Холод*, без турботливої орфографічної та пунктуаційної опіки якої стаття не мала б сенсу.

Список використаної літератури

1. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. – Москва : Наука, 1969. – С. 27.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 р. № 1718 «Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь» і наказ Вищої атестаційної комісії України від 14 грудня 2007 р. № 67 «Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань».
3. Постулат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tolslovar.ru/p15569.html> (дата звернення – 11.06.2016). – Назва з екрану.
4. Почепцов Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г. Почепцов. – Киев : Альтерпрес, 2008. – 416 с.
5. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1) [Электронный ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступа: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/pyatnadsat_tekhnologiy_sovremennoy_propagandistskou_i_informatsionnoy_voyny_chast_1/ (дата звернення: 11.06.2016). – Назва з екрану.
6. Почепцов Г. Социальный инжиниринг: социо- и психотехники управления большими массами людей / Г. Почепцов. – Киев : Альтерпрес, 2010. – 254 с.
7. Почепцов Г. Социокommunikации и социосистемы [Электронный ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). – Название с экрана.
8. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій / [гол. ред. О. М. Холод]. – Киев : КиМУ, ДонНУ, 2011. – Т. 2. – С. 7–11.
9. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 27–37.
10. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / В. В. Різун // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт]. – Електронні дані. – Київ, 2011. – Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 02.03.2016). – Назва з екрану.
11. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 8–18.
12. Холод О. Громадянське суспільство і ЗМК у системі соціального інжинірингу / О. Холод // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. – 2013. – Вип. 38. – С. 228–234.
13. Холод О. М. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології» / О. М. Холод // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 89–96.

14. Холод О. М. Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне підґрунтя трансформації теорії соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2016. – № 1 (25). – С. 31–38.
15. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. / О. М. Холод. – Київ : КиМУ, 2013. – 294 с.
16. Холод О. М. Методологія нооцентризму в межах соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 4. – С. 25–29.
17. Холод О. М. Психологічне і соціологічне підґрунтя формування теорій комунікаційних технологій / О. М. Холод // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2011. – Вип. 8. – С. 210–217.
18. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. / [наук. ред. Г. Я. Холод та О. М. Холод]. – Київ : МЦД «Комтека», 2015. – Т. 1. – С. 5–14.
19. Холод О. М. Соціальна комунікація як текстова діяльність у концепції Тамари Дрідзе / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. / [наук. і літ. ред. Г. Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. – Київ, 2016. – Т. 3. – С. 87–92.
20. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод // Український інформаційний простір : наук. журнал / [гол. ред. М. С. Тимошик]. – Київ : КНУ-КиМ, 2014. – Ч. 3. – С. 202–208.
21. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – Львів : ПАІС, 2011. – 288 с.
22. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації / [гол. ред. О. В. Богуславський]. – 2010. – № 3. – С. 32–36.
23. Холод О. М. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій : курс лекцій : у 2 т. / О. М. Холод. – Київ : КНУКиМ, Українська асоціація психолінгвістів, 2016. – Т. 1. – 214 с.
24. Холод О. М. Тенденції розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації» [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Academia.edu. – San Francisco, CA, USA. – Режим доступу: <https://www.academia.edu/15281389> /Тенденції_розвитку_наукової_галузі_Соціальні_комунікації_ (дата звернення: 17.09.15). – Назва з екрану.
25. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства : монографія / О. М. Холод. – Київ : КиМУ, 2011. – 305 с.
26. Холод О. М. Теорія та історія соціальних комунікацій : курс лекцій / О. М. Холод. – Київ : КиМУ, 2013. – 232 с.
27. Холод О. М. Формування теорій комунікаційних технологій / О. М. Холод // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони : наук.-практ. журнал. – 2011. – № 1–2 (10–11). – С. 86–92.
28. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 212 с.
29. Холод О. М. Триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії / О. М. Холод // Соціальний інжиніринг: моделі й технології : кол. монографія / [за наук. ред. О. Холода; автори: Л. Бадюк, А. Бартошек, А. Єндрузик та ін.]. – Київ : КНУКиМ, 2015. – С. 21–26.
30. Tremblay G. From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire / G. Tremblay // Canadian Journal of Communication. – 2014. – Vol. 37. – № 4.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2016.

Холод А. М. Постулаты социального инжиниринга (или специфика формирования концепций социального инжиниринга, социальных коммуникаций и коммуникационных технологий в трудах Г. Почепцова, В. Ризуна и А. Холода)

В статье подробно изложены основные положения концепций социального инжиниринга исследователей Г. Почепцова и В. Ризуна, а также авторское видение социального инжиниринга. По результатам сравнительного анализа сформулированы постулаты социального инжиниринга, которые предложено считать аксиомами и ориентироваться на них при осуществлении дальнейших исследований специалистами по социальному инжинирингу, социальных коммуникаций и коммуникационных технологий. Констатировано, что концепции социального инжиниринга, предложенные Г. Почепцовым, В. Ризуном и А. Холодом, имеют больше общего и могут быть объединены в постулатах социального инжиниринга.

Ключевые слова: *социальный инжиниринг, социальные коммуникации, Г. Почепцов, В. Ризун, А. Холод, постулаты социального инжиниринга.*

Kholod A. Postulates of Social Engineering (or the Specifics of the Formation of the Concepts of Social Engineering, Social Communications and Communication Technologies in the Works of G. Pocheptsov, V. Rizun and A. Kholod)

Studying the problem is that there is now a palpable problem of formation of the methodological foundations of the study of processes of social communications in Ukraine (and the world too). Said problem is based on the different views of representatives of the Kyiv School of Social Communication

G. Pocheptsova and V. Rizun that entails different interpretations, the interpretation and spray formation of a unified conceptual methodological approach to the study of processes of social communications.

The aim of the study is to find similarities and differences in conceptual approaches mentioned researchers to study social engineering processes in the «Social Communication» scientific branch, the wording of its own concepts and postulates of social engineering.

Methods: a description that helps to fix the significant details of the three concepts mentioned researchers; analogy method by which established the similarities and differences of these concepts; method of analysis and synthesis, respectively, which allowed the understanding of social engineering to divide into its constituent parts and to connect to the selected part of the analysis in a single system; method of generalization as to establish the general properties and characteristics of social engineering; analogy method, which provided an opportunity to find similar and distinctive features in the representations of three scientists of social communication in the scientific field of «social communication».

Results of the study

The author detailed the basic concept of social engineering researchers G. Pocheptsova and V. Rizun and offered his vision of social engineering. According to the results of the comparative analysis formulated the postulates of social engineering, which would take the axioms and be guided by them in carrying out further research experts in social engineering, social communications and communication technologies.

Conclusions: The results of the study made it possible to state that the social engineering concept, proposed by G. Pocheptsova, V. Rizun and A. Kholod, have more in common and have the opportunity to be united in the postulates of social engineering.

Key words: *social engineering, social communications, G. Pocheptsov V. Rizun, A. Kholod, social engineering postulates.*