

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ САМОСВІДОМОСТІ ОСОБИСТОСТІ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ

Комунікативні практики – як вид соціальних практик – визначено як спосіб репрезентації особистістю досвіду, знань та уявлень, норм, цінностей і зразків поведінки, прийнятих у певному соціо-культурному середовищі. Їх основними функціями виокремлено: репрезентація та відтворення досвіду; створення «відчуття зрозумілості» комунікації, а також визначеності, до певної міри передбачуваності й усталеності соціального світу та доречності й наповненості смыслом власних дій в ньому; забезпечення зв'язку минулого досвіду особистості з теперішнім та прогнозування, антиципація результатів певних дій, подій, учинків; створення умов для досягнення взаєморозуміння, згоди між суб'єктами комунікації; орієнтування в просторі норм і цінностей соціальної, суспільно-політичної, громадянської взаємодії. З'ясовано, що в нестандартних, кризових, незвичних ситуаціях усталені комунікативні практики втрачають свою продуктивність. Народження нових (трансформаційних) комунікативних практик актуалізує рефлексію, «провокує» до ризиків і апелює до соціальної відповідальності суб'єкта комунікації. Вони сприяють переосмисленню наявного досвіду (навичок, умінь, звичних способів взаємодії чи вирішення проблем, правил комунікації), та дають змогу віднайти нові способи мислення, дій, комунікації, більш прийнятні для вирішення нетипових ситуацій, проблем, завдань, тощо. Встановлено, що основою комунікативних практик є смисл. Метою комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості визначено «утворення» адекватного ставлення до себе, рух до власної суб'єктності.

Ключові слова: комунікативні практики, комунікація, соціальні практики, смисли, функції комунікативних практик, ознаки комунікативних практик

Постановка наукової проблеми та її значення. Комунікативні практики, як спосіб репрезентації досвіду, системи цінностей і норм взаємодії людей, утворюють так би мовити «тканину» сучасного соціального, суспільного,

громадянського життя у країні. Практики комунікації, та символи, що їх супроводжують і смисли, що їх виражають, допомагають визначитись особистості у просторі соціальної, суспільно-політичної взаємодії, дійти згоди з собою та іншими, а також дозволяють вибудувувати загальне поле смислової взаємодії суб'єктів комунікації, досягати взаєморозуміння. Водночас сьогодні вчені гучно наголошують на тому, що для сучасного, постмодерного суспільства характерним є спів-існування різних форм культури, ціннісних орієнтацій і смислових структур, що на загал утруднює комунікацію, проблематизує адаптацію особистості до плинних соціокультурних ситуацій, ускладнює орієнтування громадян у нових суспільно-політичних реаліях, що повсякчас змінюються. Тож актуальність дослідження комунікативних практик, що забезпечують «...функціонування базових зв'язків і відносин у сучасному суспільстві» [1, С.97], не викликає сумнівів.

Мета статті – визначити базові поняття та теоретичні засади дослідження комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості. Для досягнення поставленої мети використано наступні теоретичні методи дослідження: аналіз, порівняння, систематизація та узагальнення.

Аналіз останніх досліджень із проблеми. Для коректного визначення поняття комунікативних практик, розглянемо спочатку основні підходи до розуміння феномену комунікації.

Аналіз основних досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, а також сучасних теорій комунікації, представлених в соціальних науках Заходу, ґрунтовно зроблений О.І. Мат'яш [2], дозволяє прослідкувати еволюцію поглядів сучасних науковців на комунікацію, що послідовно розгортається наступним чином:

1) Розгляд *комунікації як передавання інформації*, де необхідними складовими визнавалися джерело інформації, повідомлення, одержувач інформації, канал передачі і «шум». Такий ракурс розгляду можна означити (за Г.А. Баликіною [3]) як «*лінійна модель*» комунікації (суб'єкт – об'єктна), за

якої найважливішими є передача інформації і вплив на реципієнта. *Комунікативні практики* в даному випадку зазвичай формалізовані, уніфіковані, регламентовані, не враховують особистісних якостей адресата, що сприяє накопиченню й засвоєнню певних знань чи інформації.

2) Розгляд *комунікації як міжособистісного спілкування* (Г.Бейтсон, П.Вацлавик, Р.Крейг та ін.), як взаємодії, в процесі якої кожен учасник впливає на протікання, хід цієї взаємодії. Акцентується увага на тому, що комунікація передбачає створення певної спільності, деякої міри взаєморозуміння між її учасниками (а не просто передача-прийом інформації). Забезпечують досягнення взаєморозуміння – «зворотній зв'язок» та «перетинання» сфер особистого досвіду. У зв'язку з цим увиразнюється проблема *генерування смислу* в комунікативній взаємодії. При цьому виділяють два рівні смислу: змістовий та ставленнєвий [2]. Такий погляд на комунікацію може бути представлений у вигляді «*моделі інтеракції*» (суб'єкт – суб'єктна), яка передбачає розгляд комунікації як взаємодії, в процесі якої значущості набувають взаємні впливи партнерів один на одного та зворотній зв'язок (див. Г.А. Баликіна [3]). Актуалізується в тип випадках, коли суб'єкти взаємодії «налагоджують» взаєморозуміння і уточнюють взаємні смисли.

3) Погляд на *комунікацію як на соціальний процес* (представлений найрізноманітнішими дослідницькими школами й напрямками в сфері комунікації – від соціального конструкціонізму, символічного інтеракціонізму, семіотики, соціолінгвістики, дискурсивного аналізу, прагматики, теорії соціальної взаємодії і до критичної соціології й етнографії комунікації, тощо (детальніше – див. [2]). Може бути оформлений, на думку Г.А.Баликіної, у вигляді «*моделі трансакції*», що представляє комунікацію як взаємодію, що триває у просторі й часі та «вбирає» минуле – теперішнє – майбутнє [3].

Ґрунтуючись на представлених вище моделях, виділяють наступні *результати успішних* (міжкультурних) *комунікативних практик*: наявна система знань про суб'єкт чи «предмет» пізнання (за лінійної моделі),

виникнення *взаємо-розуміння* (за моделі інтеракції) та утворення особистісних *смислів і систем цінностей* суб'єктів комунікації (за моделі трансакції) [3].

Якщо дві перші моделі, які пов'язані радше з *раціональними компонентами комунікації*, що «забезпечують» розуміння себе та інших, створюють «ґрунт» чи то «платформу» для прийняття норм і способів взаємодії, оцінок, діяльності. То *емоційно-іраціональна* складова виражає ставлення до себе та інших. Через переживання міри включення особистості в інтерсуб'єктивний «життєвий світ» відбувається постійна самоідентифікація особистості з Іншим, який усвідомлюється нею як певне колективне «Ми» (М. Бубер, С.Л. Франк). Раціональність та іраціональність взаємопов'язані в комунікації та, на думку автора [3], саме їх взаємодія може спричинити, призвести до трансформації соціальної реальності й подальшої зміни, трансформування практик.

Важливою в контексті нашого дослідження є й думка про те, що основним **механізмом, що визначає результат** (міжкультурних) **комунікативних практик**, є *ціннісні орієнтації* суб'єктів комунікації [3].

Розглядаючи **комунікацію** як інтерсуб'єктивні соціальні відносини, В.В. Зотов, В.О. Лисенко [4] визначають її як процес *конструювання нових смислів, інтерпретацій та як механізму створення нових норм і правил життєдіяльності* людей у суспільстві (й зокрема, громадян у державі, громаді). На думку вищезгаданих вчених, основними є такі три моделі комунікації:

1) *«діалогічна модель» комунікації*. За такого розуміння комунікація розглядається як альтернатива відчуженому світу. Осмислення проблем комунікації у працях К.Ясперса, М.Бубера, Ю.Хабермаса та ін. призвело до того, що саме комунікація була покладена в основу теорії соціуму. Так, за Ю.Хабермасом (див. [1]), структура публічної комунікації має бути орієнтованою на досягнення згоди й взаєморозуміння між комунікантами.

2) *«семіотична модель» комунікації*. Прихильники даного підходу розглядають комунікацію як *«рух» смислів у соціальному просторі й часі*.

3) згідно «діяльної моделі» комунікації, остання розуміється як вид соціальної дії. За такого підходу комунікація розглядається як *взаємодія суб'єктів комунікації*, в процесі якої утворюється «спільна» (звісно, до певної міри) точка зору на ті чи інші проблеми, ситуації, події, явища та способи дії [4].

Аналіз, систематизація та узагальнення зарубіжних та вітчизняних наукових джерел з питань вивчення теорій комунікації дозволяє виокремити спільні положення, що поділяються вченими різних дослідницьких напрямів на процес комунікації (див. докладний огляд О.І. Матвіш [2]). Ми ж зупинемося лише на тих із них, що мають засадниче *концептуальне значення* для нашого дослідження.

По-перше. Ми спираємось на положення про те, що **комунікація є процесом спів-творення (спільного «творення»), збереження – підтримки і перетворення «соціальних реальностей» учасників комунікації** [2]. Комунікація не є лише інструментом, засобом досягнення певних цілей, а є процесом, що «плете», утворює «соціальні світи» людей. Базово – комунікація є способом людського життєтворення, в якому його учасники **спільно створюють, відтворюють і перетворюють** свої «соціальні світи» (картини світу). У такому розумінні комунікація і є саме життя (П. Вацлавік). На думку О.І. Матвіш, теза про соціально-перетворювальну роль комунікації є важливою, бо дозволяє зрозуміти, що комунікація як процес, що утворює, формує і конститує, одночасно є і соціально-політичним процесом. (Приміром, якщо наявність публічних обговорень, свободи слова і вільного доступу до різної інформації є однією з ознак громадянського суспільства й демократичного устрою держави, то їх відсутність свідчить про тоталітаризм).

По-друге. Ми поділяємо ідею про те, що комунікація є процесом творення певної «спільності», в процесі якої суб'єкти взаємодії не тільки осмислюють інформацію, а й співвідносять власні смисли зі смислами своїх комунікативних партнерів, що й забезпечує певний рівень взаєморозуміння. При цьому відбувається не стільки передавання-прийом вже сформованих смислів, скільки *спільне «творення» смислів*, адже в процесі комунікації відбувається їх уточнення,

доповнення, можливо навіть до певної міри зміна [2]. Сенси – динамічні, «змінювальні», «плинні» утворення. До цього додамо, що комунікація, по суті, є *смісловим «відтворенням» суспільства*, тоді як особистість – носієм смислів, заради якої, власне, вся система комунікації й відтворюється [4].

По-третє. Комунікація, як процес створення спільних смислів, відбувається через використання символів, серед яких першочергова роль належить мовленню (й зокрема, вербальній мові). Тож комунікативність передбачає *символічний, смисловий вимір* (К. Черемних) [5]. Додамо, що Г.Б. Гутнер також визначає *смысл* як *основу комунікативних практик* [6]. Адже має сенс те, що можна спонтанно інтерпретувати, тобто дію, породжену габітусом (за П. Бурдїє). Саме така дія відповідає досвіду учасників комунікації і здатна викликати їх реакцію у відповідь. Така дія породжує переживання зрозумілості, за яким бачиться певний смисл [6].

І по-четверте. Продуктивним для нас виявилось положення про те, що у контексті застосування до концепції соціальної ідентичності, *комунікація* є важливою як *засіб* більш чіткого, «правдивого» *осмислення власного «Я»*. На значущості цієї ідеї наголошує й Т.М.Титаренко [5]. Адже *в процесі комунікації* люди *конструюють* не тільки свої соціальні «реальності», а й своє *власне «Я»*. Іншими словами, йдеться про сприйняття свого «Я» як соціально-культурного конструкту. Так, зокрема, науковці, що поділяють погляди й продовжують традиції символічного інтеракціонізму Дж.Міда й Е.Гофмана, розглядають «сприйняття себе» як соціально-культурного конструкту, що постійно модифікується залежно від того, з ким і як особистість взаємодіє, вибудовує відносини (див. [2]).

Об'єднує різні підходи до дослідження комунікативних основ сучасного суспільства, поняття *комунікативних практик*, яке низка науковців розглядають як *видове стосовно поняття соціальних практик* [3; 4; 6; 7]. Соціальні практики, як відомо, відображають типові, звичні, усталені способи дії, поведінки, мислення, пізнання, спілкування, що є прийнятними в даній культурі у даний

момент часу. До цього можна додати, що, за В.Сергодєєвим, *комунікативні практики базуються на колективному досвіді та спрямовані на підтримання і розвиток комунікації задля забезпечення відчуття «спільності» суб'єктів комунікації при збереженні їх індивідуальності*, що дає змогу досягати власних інструментальних цілей [7] (приміром, щодо віднайдення способів вирішення актуальних повсякденних задач і проблем, що турбують громадян, а також способів задоволення власних цілей, потреб та інтересів, комунікації з іншими членами громади, спільноти).

Зауважимо, що різнопланові й різноманітні судження, думки, ідеї щодо тих чи тих запитань, які «виносяться» на суспільно-політичну «арену», стають легітимними за допомогою *комунікативних практик* (Лукьянова Н.А.). Як слушно акцентує увагу дослідниця, *громадянське суспільство через комунікативні практики визначає смисло-життєві орієнтації індивідуальних і колективних суб'єктів суспільно-політичної взаємодії* [1].

«Успіх» *комунікативних практик*, на думку Г.Б. Гутнера, обумовлюється, передусім, слідуванням суб'єктів взаємодії соціально встановленим правилам. Адже для того, щоб дія була зрозумілою, вона має «відповідати» як комунікативному досвіду суб'єктів, так і певним правилам, «вписуватися» у систему норм, засвоєну ними в процесі соціалізації. Водночас правило – це не тільки явно виражена інструкція, припис, а й конвенційна «домовленість». Слідування ж правилу є так званою технікою розуміння (Л. Вітгенштейн) [6]. У такому ракурсі комунікативний досвід, що забезпечує взаємодію, є навичкою, звичкою. Сукупність неявних схем комунікації виступає одночасно як *система смислів, що визначає образ реальності*. Світ, сприйнятий крізь призму комунікації, постає як зрозумілий, тобто осмислений: «Це світ, у якому визначені не тільки причинно-наслідкові зв'язки, не лише засоби, що обираються для досягнення цілей, але й самі цілі акторів. Такий світ наповнений сенсом, а соціалізований індивід розуміє, як йому жити в такому світі, і кожен момент його діяльності виявляється осмисленим і доречним» [6, С.49].

Водночас, неможливо і було б певним обмеженням зводити всю повноту *комунікативних практик* до габітусу (здатності особистості орієнтуватися в правилах, санкціонованих суспільством). Оскільки завдяки йому новий досвід структурується згідно минулого досвіду, то він «примушує» бачити реальність крізь призму минулого і утворювати знання про теперішнє згідно тих структур, що відповідають тому, чого, можливо вже й немає [6]. Іншими словами, *комунікативні практики, сформовані габітусом, перестають бути адекватними реальності, особливо в умовах, коли реальність вже змінилася, чи при зіткненні з іншою «реальністю»*. Підтвердження цієї ідеї знаходимо і у роботах Т.М. Титаренко, коли вона пише про трансформаційні, перетворювальні практики [5].

Тож у нестандартних, кризових, нетипових ситуаціях, коли слідування звичним, повсякденним комунікативним практикам заводить у «глухий кут», необхідним є *рефлексивне ставлення* до принципів, що породжують ці практики (Г.Б. Гутнер). Нерозуміння актуалізує рефлексію, що веде до «ревізії» наявних практик, задля того, щоб вирішити, яким має бути наступний крок, сформулювати своє «правило» комунікації. Прийняття такого комунікативного рішення передбачає ситуацію вибору з кількома альтернативами, а отже містить ризик (бо рішення може виявитись помилковим, недоречним, хибним, невчасним, тощо) й передбачає соціальну відповідальність. Усвідомлено вибране правило може стати предметом раціонального обговорення, в процесі якого всі члени спільноти можуть діяти як відповідальні суб'єкти (актори), що прагнуть подолати нерозуміння й досягти раціональної згоди, – у такий спосіб може відбуватись спільний пошук комунікативних рішень (див. праці Г.Б. Гутнера [6]).

Рефлексія у цьому контексті є зверненням суб'єкта комунікації до смислу власної дії. Адже раціональне обговорення й знання альтернатив потребує доволі точної ідентифікації «предмета», що обговорюється. Те, що було неявно присутнім у навичці й інтуїтивно переживалося особистістю як дещо осмислене, перетворюється на точно встановлений смисл. Таким чином, прояснені в процесі рефлексії й перетворені у предмет раціонального обговорення *правила, цілі чи*

мотивації фіксуються в свідомості суб'єктів комунікації як нові **сенси**. Оскільки рефлексія є актом свідомості, то, на думку Г.Б. Гутнера, саме завдяки їй те, що «працювало» як навичка, виявляє себе як **смысл** [6].

Серед основних **ознак комунікативних практик** наголошується на важливості таких із них, як: трансперсональність; семіотична оформленість дискурсів; ідентичність (Н.А. Лукьянова) [1].

Ідентичність як *ознака комунікативних практик* демонструє причетність до «образу життя» певної конкретної групи чи спільноти (зокрема, громади, нації, держави) [1]. Як підкреслюють В. Волков і О. Хархордін, – «практики конституують і відтворюють **ідентичності** або «розкривають» основні способи соціального існування, можливі в даній культурі і в даний момент історії» (виділено курс. мною) (цит. за [8]).

Р. Конелл також звертає увагу на процес постійного створення ідентичності завдяки відповідним соціальним практикам і зустрічний процес видозміни практик під впливом плінних ідентичностей. Схожу думку має й М. Гайдеггер, зауважуючи, що саме завдяки практикам людина набуває соціальної ідентичності, «само виробляється» [5]. Практики *сприяють самоідентифікуванню*, є техніками конституювання себе (М. Фуко, Е. Гуссерль). Так звана «практика себе» реалізується заради наближення до власної суб'єктності. Мета практики – сформувати адекватне ставлення до себе, ствердитись у якості суб'єкта. А для цього, як слушно зазначає Т.М. Титаренко, потрібен Інший як Учитель (авторитет, значущий інший), з яким складаються певні стосунки (відносини з...). Отже, *процес вибудови, інтерпретації, конструювання особистості розгортається в комунікативному просторі* (див. [5]).

Відомо, що питання ідентифікації та ідентичності пов'язане з проблемою можливості існування єдиної, послідовної «Я-концепції» людини, що поєднує різні «Я-образи». Тож саме **ідентифікація** в сучасних умовах надлишку «Я-образів», є **ключовим процесом самовизначення особистості, процесом вибудови**

ідентичності. Цікавою є й ідея про те, що велика кількість «Я-образів» сприяє утворенню більш повної та багатогранної ідентичності особистості [1].

Погоджуємось також із тим, що у сучасній соціокультурній ситуації, як відмічає Н.А. Лукьянова, та чи інша громадянська (політична) подія, що виражається у різних формах соціальної і політичної участі громадян, передбачає «виклик» ідентичності людини, адекватна відповідь на який дає їй змогу розвивати свої різнобічні здібності й конструювати більш широкий і «об'ємний» погляд на світ, *наближатися до власної суб'єктності* [1]. Поділяємо й слухну думку Т.М. Титаренко про те, що *практики* сприяють пошуку оновлених ідентичностей, дають змогу особистості гнучко реагувати на соціальні зміни [5].

Висновки.

Концептуальними засадами нашого дослідження виокремлено положення про те, що: 1) Комунікація – є процесом спільного створення, відтворення і перетворення «соціальних світів» учасників взаємодії; 2) комунікація є засобом осмислення власного «Я» та соціального світу; 3) комунікація є смисловим «відтворенням» суспільства, а смисл – основою комунікативних практик; 4) комунікативні практики репрезентують систему смислів, що визначає образ соціальної реальності загалом та суспільно-політичної, зокрема; 5) практики є засобом набуття соціальної ідентичності особистості.

Виділено два основних підходи до розуміння комунікативних практик: 1) як виду соціальних практик, що породжуються габітусом й репрезентують та відтворюють досвід особистості; та 2) як трансформаційних практик, що виникають на границі габітусу, дозволяють переосмислити наявний досвід та «народитись» новим інтерпретаціям, смислам, правилам комунікації.

Комунікативні практики визначено як спосіб репрезентації та інтерпретації досвіду, установок, системи цінностей і норм взаємодії, що дозволяють вибудовувати загальне поле смислової взаємодії суб'єктів комунікації.

Виокремлено низку функцій комунікативних практик. А саме: репрезентації системи знань, норм, цінностей і зразків поведінки; формування відчуття

зрозумілості, визначеності, до певної міри передбачуваності й усталеності соціального світу та доречності й наповненості смыслом власних дій в ньому; забезпечення зв'язку минулого досвіду особистості з теперішнім та прогнозування, антиципація результатів певних дій, подій, учинків; утворення послідовної Я-концепції особистості; створення умов для досягнення взаєморозуміння, згоди між суб'єктами комунікації; утворення відчуття співпричетності, співбуттєвості, спільності, єднання з іншими членами спільноти (громади, держави, нації); орієнтування в просторі норм і цінностей соціальної, суспільно-політичної, громадянської взаємодії.

Метою комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості визначено «формування» адекватного ставлення до себе, наближення до власної суб'єктності.

Література

1. *Лукьянова Н.А.* Признаки коммуникативных практик делиберативной политики / Н.А. Лукьянова // Вестник Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2014. – № 3 (27). – С. 97-103.

2. *Матьяш О.И.* Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование / О.И. Матьяш // Сибирь. Философия. Образование. – Вып. 6. – 2002. – С. 37-47.

3. *Балыкина Г.А.* Аксиологические основания межкультурных коммуникативных практик / Г.А. Балыкина. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

4. *Зотов В.В., Лысенко В.А.* Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества / Зотов Виталий Владимирович, Лысенко Владимир Александрович. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2010/3/s%D0%BEc%D0%BE1%D0%BEgiy%D0%B0/zotov-lysenko.pdf

5. *Титаренко Т.М.* Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності : монографія / Т. М. Титаренко, О. М. Кочубейник, К.

О. Черемних; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2014. – 206 с.

6. Гутнер Г.Б. Смысл как основание коммуникативных практик / Г.Б.Гутнер // Эпистемология & философия науки. – Т.ХVIII. – 2008. – №4. – С.44 – 52.

7. Сергодеев В.А. Коммуникативные практики в интернет-сообществах / В.А. Сергодеев // Вестник АГУ. – 2014. – Вып. 1(135). – С. 133-138.

8. Петров А.В. Социальные практики молодежи: механизмы структурирования и идентификации / А.В. Петров // Вестн. Моск. Ун-та. – Сер. 18. – Социология и политология. – 2006. – № 3. – С. 123-134.

Reference

1. Lukyanova, N.A. (2014). *Priznaki kommunikativnyih praktik deliberativnoy politiki* [Signs of communicative practices of deliberative politics]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Announcer of the Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Political science], 3 (27), 97-103 (rus).
2. Matyash, O.I. (2002). *Chto takoe kommunikatsiya i nuzhno li nam kommunikativnoe obrazovanie* [What is communication and whether communicative education needs to us]. *Sibir. Filosofiya. Obrazovanie* [Siberia. Philosophy. Education], 6, 37-47 (rus).
3. Balyikina, G.A. *Aksiologicheskie osnovaniya mezhkulturnyih kommunikativnyih praktik* [Axiological basis of cross-cultural communicative practices]. from <http://Elibrary.ru>
4. Zotov, V.V., Lyisenko, V.A. (2010). *Kommunikativnyie praktiki kak teoreticheskiy konstrukt izucheniya obschestva* [Communicative practices as theoretical construct of society studies]. from http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2010/3/s%D0%BEci%D0%BEI%D0%BEgiy%D0%B0/zotov-lysenko.pdf
5. Tytarenko, T.M., Kochubejnyk, O. M., Cheremnyh, K. O. (2014). *Psychologichni praktyky konstruyuvannya zhyttya v umovax postmodernoyi social`nosti*

[Psychological practices of life's constructing in postmodern sociality]. Kyiv: Milenium Publ.

6. Gutner, G.B. (2008). *Smysl kak osnovanie kommunikativnyih praktik* [Sense as founding of communicative practices]. *Epistemologiya & filosofiya nauki* [Epistemology and philosophy of science], 4, 44-52 (rus).
7. Sergodeev, V.A. (2014). *Kommunikativnyie praktiki v internet-soobschestvah* [Communicative practices are in internet-associations]. *Vestnik AGU* [Announcer of Adygei University], 1 (135), 133-138 (rus).
8. Petrov, A.V. (2006). *Sotsialnyie praktiki molodezhi: mehanizmyi strukturirovaniya i identifikatsii* [Social practices of young people: mechanisms of structuring and identification]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Sotsiologiya i politologiya* [Announcer of the Moscow University. Sociology and political science], 3, 123-134 (rus).