

1.3. Засоби політичної комунікації

Сьогодні політологи найчастіше вивчають методологічний інструментарій дослідження політичних комунікацій, механізми їх впливу і практично не приділяють належної уваги *засобам* «виробництва громадської думки». Через традиції, що склалися під впливом класичних теорій К. Маркса, М. Вебера, Е. Дюркгейма та інших видатних теоретиків XIX – першої половини XX ст., які фактично не піднімали питання, пов'язані з дією засобів комунікації на хід суспільного розвитку, сучасні всеохоплюючі ЗМК, що стали головною особливістю нинішньої соціальної дійсності, сприймаються як щось таке, над чим не варто особливо замислюватися. Звичайно, інтерес викликають не самі засоби комунікації, а ті «інформаційні продукти», які розповсюджуються з їх допомогою.

На наш погляд, тут виникають дві серйозні проблеми: перша полягає в тому, що стосовно людей, частиною повсякденного життя яких стає споживання «інформаційної продукції», багато що приймається без доказу. Увага дослідників при цьому, зазвичай, зосереджена на аналізі самих «інформаційних продуктів» та оцінці результатів їх дії. Звідси виникає, наприклад, припущення, що в діях індивідів, які споживають стандартизовану і стереотипну інформацію, переважатимуть наслідування і конформізм, що сприяють відтворенню соціально-політичного порядку, який за допомогою механізму влади може бути направлений проти цих самих індивідів. Однак припущення такого роду навряд чи допустимі, якщо вони не ґрунтуються на ретельному вивченні того, як і в яких саме умовах індивід сприймає ті або інші інформаційні продукти і включає їх в своє життя.

Друга проблема полягає в тому, що одним з неминучих наслідків виступає формування негативних уявлень як про сам механізм політичної комунікації, так і про результати його інформаційної дії на суспільство. Політична комунікація розглядається як інструмент владного контролю, управління і маніпулювання людьми, за допомогою якого постійно відтворюється несправедливий соціально-політичний порядок. Проте подібний погляд є дуже звуженим, оскільки він фактично не висвітлює всієї суперечливої і різноманітної дії засобів комунікації на хід суспільного розвитку у всі періоди. Зрозуміло, що це не означає, що теорія політичної комунікації повинна повністю втратити свою критичну спрямованість, але вона зможе наблизитися до істини тільки в тому випадку, якщо візьме до уваги і «некритичні» аспекти.

Одним з перспективних в методологічному плані напрямів розробки теорії політичної комунікації представляється, на наш погляд, синтез трьох досить відомих підходів, взаємне поєднання яких практично ще не розглядалося в сучасних українських політологічних дослідженнях.

Перший з них – це критична традиція, що бере свій початок в працях теоретиків Т. Адорно і М. Хоркхаймера [1 ; 2]. Ще Хабермас

стверджував, що розвиток друку в період пізнього Середньовіччя і початку Нового часу зіграв визначальну роль в переході Західної Європи від абсолютизму до ліберально-демократичних режимів і, що вислів критичної громадської думки через ЗМК є життєвою особливістю сучасної демократії. У деяких інших аспектах аргументи Хабермаса, можливо, є менш переконливими, проте ідея «структурного перетворення публічної сфери» представляється, на наш погляд, важливим ресурсом для розвитку конструктивної теорії політичної комунікації.

Другий підхід, що має також важливе значення, започаткований в роботах, так званих, теоретиків комунікативістики, перш за все, Г. Інніса і М. Маклюєна [3; 4; 5; 6].

Роботи Г. Інніса були одними з перших, де систематично досліджувалися відносини між засобами комунікації і просторово-часовою організацією влади. Його концепція «зсуву» комунікації, яка стверджує, що різні засоби комунікації припускають різні способи організації політичної влади – наприклад, централізацію або децентралізацію, розширення в часі або просторі тощо, – мабуть, була не настільки розробленою, щоб вичерпно пояснити динаміку взаємин, що складаються між комунікацією і владою в процесі суспільного розвитку. Проте, Інніс підкреслив той факт, що крім змістовної сторони повідомлень засоби комунікації відіграють суттєву роль і в організації влади. Ця концепція була сприйнята і розроблена іншими дослідниками, в першу чергу, М. Маклюєном, пізніше – Дж. Мейровічем, що об'єднав аналіз електронних засобів комунікації з описом механізмів соціальної взаємодії [7].

Проте цей підхід є недостатньо продуктивним, коли заходить мова про проблеми соціальної організації інформаційної індустрії, про способи дії засобів комунікації на процеси нерівномірного розподілу влади і ресурсів в суспільстві, а також про те, як індивіди отримують певний зміст з інформаційних продуктів і включають його в життя.

Третій підхід, що доповнює два інших, – це герменевтика, «мистецтво тлумачення», пов'язане з контекстуальною інтерпретацією символічних форм, що бере свій початок в роботах Г.-Г. Гадамера [8] і П. Рікьора [9]. Герменевтика привертає нашу увагу до того факту, що «засвоєння» будь-яких інформаційних продуктів завжди є, хоча і обумовлене контекстом сприйняття, але все ж таки творчим процесом інтерпретації, в якому індивід, намагаючись зрозуміти сенс отриманого повідомлення, прагне використовувати всі доступні йому інформаційні ресурси. Таким чином, герменевтика категорично не визнає в «одержувачах» інформації пасивних споживачів, підкреслюючи творчу, конструктивну діяльність особи з сприйняття сенсу отримуваної інформаційної продукції тільки в зв'язку з іншими аспектами свого життя і соціального оточення.

Приступаючи до аналізу засобів комунікації, відзначимо, що важливо розглянути теоретичну конструкцію, яка дозволяє інтерпретувати роль засобів комунікації як визначальну особливість сучасного суспільства. Зупинимось на природі соціально-політичної діяльності та її співвідношенні з організованими формами влади.

Під соціально-політичною діяльністю в найзагальнішому вигляді розумітимемо дії політичних акторів – індивідів, соціальних спільнот і організацій, що виражають їх інтереси, направлені на досягнення деяких цілей в межах структурованих соціальних контекстів. Переслідуючи ці цілі, політичні актори залучають доступні їм *ресурси*, під якими ми, відповідно, розуміємо засоби, що дозволяють індивідам, їх організаціям і групам ефективно добиватися відповідних цілей в своїх корінних інтересах і, отже, в тій чи іншій мірі здійснювати владу.

Аналізуючи соціально-політичні тенденції, корисно розрізняти декілька форм влади, кожна з яких пов'язана з тим або іншим видом ресурсів. Ці різновиди носять, перш за все, аналітичний характер: у реальності різні форми влади, як правило, поєднуються одна з одною. Але, виділяючи на аналітичному рівні ці різні форми влади, ми можемо отримати чіткіше уявлення про деякі тенденції, що характеризують розвиток сучасного суспільства. Ми також зможемо ідентифікувати деякі з ключових інститутів, що нагромаджують ті або інші види ресурсів, які називатимемо «зразковими» або «парадигмовими».

Тепер виділимо чотири головні різновиди влади, які, користуючись типологією М. Манна, слід було б назвати «економічною», «політичною», «примусовою» та «ідеологічною» [10]. Проте, на наш погляд, останню назву краще використовувати у вужчому сенсі, тоді як в цьому контексті вдалішим є поняття «символьної влади» («symbolic power») за П. Бурдьє [11]. На відміну від поширеної інтерпретації цього поняття як «символічної влади», що додає йому відтінку якоїсь незначності, використовуватимемо термін «символьна влада», якщо акцентується увага на використанні символів, точніше – *символьних форм* (мова, жести, зображення тощо), що передають зміст з метою вплинути на яку-небудь дію або подію. На нашу думку, політична влада є символічною, тому їх було б доцільно поєднати. Однак проаналізуємо ці види згідно з класифікацією М. Манна.

В детальному обговоренні перших трьох різновидів влади немає особливої необхідності. Стисло відзначимо, що економічна влада формувалася в рамках виробничих підприємств, які створювалися, перш за все, на основі капіталу і все більш орієнтувалися на великомасштабне індустриальне виробництво. Політична влада зазвичай втілювалася в формі сучасної національної держави з чіткими межами і централізованою системою адміністративного управління. Уособленням примусової влади ставали військові і воєнізовані організації, які з розвитком сучасного суспільства все більше зосереджувалися в руках національних держав, розташованих на певній території. Звичайно,

вказані процеси інституціоналізації цих форм влади пересікалися, були і продовжують бути пов'язаними з різними формами конфліктів, що виявляються в різних масштабах.

Розглянемо детально четверту форму влади – «символьну», якій в літературі приділяється не багато уваги. Під *символьною владою* ми розуміємо здатність використовувати в процесі соціально-політичного управління мову, жести, зображення та інші символні форми, що передають деякий смисловий зміст. Для здійснення символної влади люди залучають різні види ресурсів, які ми називатимемо *засобами комунікації*. Вони включають технічні засоби прийому і передачі символних форм, а також використовувані в цьому комунікаційному процесі відповідні знання і навички. Як і у випадках з трьома іншими формами влади, ресурси, що використовуються при здійсненні символної влади, можуть бути зосереджені в певних установах, інститутах, які набувають певного ступеня автономії і стабільності.

Відзначимо, що стосовно Західної Європи соціальна організація символної влади на рубежі Середньовіччя і Нового часу помітно змінилася. Перш за все, звернемо увагу на дві обставини – це зміна соціальної ролі релігійних інститутів і перехід до книгодрукування, що поклало початок розвитку засобів масової комунікації. Технічна основа цього переходу добре відома: приблизно в 1445 р. І. Гутенберг розробив методи точного відливання металевих літер, що і було початком епохи відтворення і розповсюдження символних форм в небачених до того часу масштабах. Разом з тим, друкарська справа стала і основою формування нових центрів і структур символної влади, здатних уникати прямого контролю з боку як церкви, так і держави, але як і церква, так і держава прагнули використовувати їх в своїх інтересах.

Можна стверджувати, що розвиток друкарської справи в Європі на рубежі Середньовіччя і Нового часу слід розглядати як початок фундаментального перетворення соціальної організації символної влади – перетворення, яке було тісно пов'язано з розвитком капіталістичної економіки і концентрацією політичної та примусової влади в руках національних держав. Друк і книгорозповсюдження, торгівля символними формами створювали нові комунікативні зв'язки і структури, нові канали передачі інформації між людьми, сприяючи тим самим встановленню нового типу соціальних відносин.

Впродовж значного відрізка людської історії форми соціальної взаємодії зводилися в більшості випадків до міжособистісного спілкування. Люди мали можливість взаємодіяти між собою і обмінюватися символними формами тільки тоді, коли одночасно знаходилися в одному й тому ж місці, або брали участь в інших видах соціальної дії в умовах фізичної, просторово-часової локалізації. Традиції й установки, в тому числі і політичного характеру, передавалися переважно в усній формі, і навіть саме їх існування залежало від безперервного процесу відновлення в основному через

розповідь, рідше – через показ або інші схожі дії, але знову-таки в контексті безпосередньої міжособистісної взаємодії людей. Проте з розвитком засобів комунікації соціальна взаємодія і символічний обмін все більш відходили від форми міжособистісного спілкування в умовах фізичної локалізації. Отже, засоби комунікації породжували нові форми соціальної і політичної взаємодії, коли для обміну повідомленнями, що несуть певний смисловий зміст, людям вже не обов'язково було знаходитися разом.

Звичайно, подібне виокремлення соціальної взаємодії від фізичної локалізації не обмежувалося тільки друком, це було властиво і письмовій формі комунікації, що виникла значно раніше. Але саме з розвитком інститутів масової комунікації, заснованих спочатку на друку, а згодом – і на електронних формах кодування і передачі інформації, обмін символічними формами з використанням опосередкованих інтерактивних форм стає доступним для все більшої кількості людей. Значення друку й інших засобів комунікації в плані інформування про події, що відбуваються у віддалених регіонах, а також як інструменти створення, відтворення і передачі символічного змісту зростало.

Для подальшої розробки цієї ідеї ми будемо, користуючись термінологією Дж. Томпсона, розрізняти три типи комунікації – *безпосередню взаємодію* (міжособистісна комунікація «обличчям до обличчя»), *опосередковану взаємодію* і *опосередковану квазівзаємодію*.

Безпосередня взаємодія має місце у випадку прямого контакту учасників комунікаційного процесу, що знаходяться в одній просторово-часовій системі. Така комунікація має характер діалогу в тому сенсі, що вона побудована на двосторонньому інформаційному обміні: комунікатор одночасно є і адресатом, «одержувачем» повідомлення від іншого учасника комунікаційного акту і навпаки. Крім того, для передачі або інтерпретації смислового змісту в процесі міжособистісного спілкування разом із словами, зазвичай, використовуються й інші символічні форми – інтонація, жести, вирази обличчя тощо.

Цьому типу комунікації може бути протиставлена опосередкована взаємодія, що припускає обов'язкове використання допоміжних засобів, які дозволяють обмінюватися повідомленнями людям, «віддаленим» в просторово-часовому відношенні. В ролі таких допоміжних засобів можуть виступати, наприклад, папір у разі особистого або ділового листування, а також електричні дроти, електромагнітні хвилі і різні технічні пристрої в разі телефонної розмови, радіопереговорів, телеконференцій, Інтернет-дискусії тощо. В порівнянні з міжособистісним спілкуванням опосередкована взаємодія виявляється здатною «подолати» просторово-часову локалізацію і, тим самим, набуває принципово інших характеристик.

Так, учасники подібного комунікаційного акту, що знаходяться в різних контекстах, не можуть бути впевнені в адекватному сприйнятті деяких смислових виразів (наприклад, «тут», «зараз» тощо), і з цієї причини вимушені використовувати в ході символічного обміну певну кількість додаткової, такої, що конкретизує той або інший контекст, інформації – указувати в листі місце і час його написання, представлятися на початку телефонної розмови тощо. Крім того, опосередкована взаємодія припускає, в порівнянні з безпосередньою, і певну зміну набору символічних форм, доступних учасникам комунікаційного акту. Так, наприклад, обмін листами виключає можливість використання міміки і жестів, але, в той же час, допускає використання інших, суто специфічних символічних форм, властивих листу, – шрифтових виділень, підкреслення тощо.

Поняттям опосередкованої квазівзаємодії ми позначатимемо особливі види соціально-політичних відносин, які встановлюються в результаті використання ЗМК: друк, радіо, телебачення, Інтернет тощо. Подібна до опосередкованої взаємодії, ця форма комунікаційного акту припускає розширення доступу до інформаційно-змістовного наповнення в часі й просторі, при цьому вона істотно відрізняється від обох, розглянутих нами, типів комунікації двома важливими особливостями.

По-перше, й безпосередня, й опосередкована комунікація будуються на тому, що їх учасники орієнтуються один на одного в плані вживання певного набору слів, виразів та інших символічних форм, тоді як у разі опосередкованої квазівзаємодії символічні форми відтворюються для невизначеного кола потенційних одержувачів.

По-друге, слід мати на увазі, що і безпосередня, і опосередкована взаємодії мають форму діалогу, тоді як опосередкована квазівзаємодія, по суті, є монологом – в плані однонаправленості інформаційного потоку. Очевидно, що читач, телеглядач, радіослухач є одержувачами символічних форм, виробники яких не вимагають і, взагалі кажучи, не передбачають отримати пряму і негайну відповідь.

Оскільки опосередкованою квазівзаємодією є монолог, що припускає виробництво символічних форм для невизначеного кола потенційних одержувачів і, на відміну від безпосередньої і опосередкованої взаємодії, що не передбачає в якому-небудь ступені безпосереднього взаємного спілкування учасників, його насправді хочеться охарактеризувати саме як своєрідну «псевдовзаємодію». Проте, вона все ж таки є формою соціальної взаємодії, що створює особливу ситуацію спілкування людей в процесі обміну символічними формами. Це – структурована ситуація, в якій одні зайняті переважно створенням символічних форм для інших, які виступають, перш за все, в ролі одержувачів, споживачів інформаційної продукції, що не мають можливості негайно відповісти, але пов'язані з першими відносинами дружби, прихильності, шанування таланту або політичної лояльності.

Відмінності між трьома вказаними типами соціальної взаємодії лежать в основі теоретичних уявлень, які Дж. Мейрович і Дж. Томпсон використовували для дослідження інтерактивних особливостей соціально-політичних відносин і їх змін під впливом розвитку засобів комунікації в період з середини XV ст. до наших днів [7; 12]. У Західній Європі ще до початку Нового часу, а в деяких інших частинах світу – ще до недавнього часу символічний обмін для більшості людей був обмежений виключно умовами безпосередньої взаємодії. Форми опосередкованої взаємодії і квазівзаємодії, звичайно ж, існували, проте в сукупності відносний обсяг цих видів комунікації був дуже невеликий, бо для участі в них були потрібні спеціальні навички – наприклад, здатність писати або читати, – якими, як правило, володіли лише представники політичної, релігійно-духовної і торговельно-комерційної еліт. Проте з розповсюдженням друкарської справи в XV–XVI ст. у Західній Європі та її подальший розвиток в інших частинах світу, а також з появою в XIX–XX ст. різних видів електронних ЗМК міжособистісне спілкування все більше доповнювалося різними формами опосередкованої взаємодії і квазівзаємодії.

В історичному плані розвиток опосередкованих типів комунікації далеко не завжди відбувався за рахунок витіснення її міжособистісної форми. Дійсно, в деяких випадках розповсюдження інформаційних продуктів навіть стимулювало безпосередню міжособистісну комунікацію. Прикладом тому може бути звичайне для європейських країн на рубежі Середньовіччя і Нового часу читання книг вголос для тих, хто зібрався послухати друковане слово, на що вказують Р. Чартъє і Н. Девіс, а також нинішнє обговорення телепередач в колі сім'ї або друзів [13, р. 151–171; 14, р. 189–226]. Проте, зростаюча роль опосередкованої взаємодії і квазівзаємодії припускає зміну співвідношення між типами комунікації. Люди прагнуть отримувати нові змістовні повідомлення не від тих, з ким вони безпосередньо спілкуються, а з інших джерел. Процеси створення і передачі відомостей традиційно-настановчого характеру, зокрема, пов'язаних з політикою, майже суцільно поєднуються з символічним обміном.

Резюме

Поняття «політична комунікація» має досить багато визначень, оскільки цей феномен характеризується найдзвичайною складністю. Політична комунікація сьогодні вивчається в різних розділах фундаментальних суспільних наук: психології, філософії, політології, соціології, антропології, педагогіки, культурології тощо. Комунікація є робочим інструментарієм в лінгвістиці, журналістиці, риториці, семіотиці, інформатиці, теорії мас-медіа і масової комунікації.

Найбільш вдалим, на нашу думку, є таке визначення: політична комунікація – процес передачі, обміну політичною інформацією, яка структурує політичну діяльність, надає їй нове значення, формує громадську думку, забезпечує процес політичної соціалізації громадян з урахуванням їх потреб і інтересів, процес обміну політичною інформацією, сенсами, новинами між владою і суспільством, між політичними акторами з метою досягнення розуміння і згоди.

Всі наукові праці щодо комунікації можна класифікувати так: роботи теоретико-методологічного плану; праці, присвячені основам аналізу політичних систем і визначенню місця і ролі інформаційно-комунікаційних процесів у їхньому розвитку; праці, які виокремлюють в якості предмету сучасні ЗМІ та інформаційні технології та інші.

Політичну комунікацію слід розглядати як технологію, що є системним процесом організації багатоканального впливу на людей. З розвитком інформаційних технологій, змінюється і принцип функціонування комунікаційного каналу, наприклад, між елітою і громадянами. Спостерігається тенденція «маркетизації» публічної політики й виникнення «шоу-політики».

В структурі політичної комунікації можна виокремити такі компоненти, які мають технологічну складову: інституційний, технічний, інформаційний. У системі політичної комунікації також виділяють три рівні інформаційних потоків: 1 – обслуговує органи влади і керівництва; 2 – утворює інформаційне середовище діяльності політичних партій, профспілок, суспільних рухів; 3 – звертається безпосередньо до громадської думки, до масової свідомості, політичної поведінки.

Основні способи політичної комунікації: комунікація за допомогою засобів масової інформації, зокрема, друкарських і електронних; комунікація за допомогою організацій, зокрема, політичних партій; комунікація за допомогою неформальних контактів тощо.

За допомогою різноманітних технологій створюється штучний політико-комунікативний простір, який може маніпулювати свідомістю громадян. Тотальне насичення життя людей телекомунікаційними системами привело до того, що поєднання людини з інформаційними мережами стає новим етапом еволюції цивілізації, коли інфраструктура

телекомунікаційних систем пронизує біосферу на всіх рівнях ієрархії організації речовини всесвіту, включаючи кожну людину.

За допомогою комунікації передаються три основні типи політичних повідомлень: спонукальні, власне інформативні; фактичні.

Виходячи з характеристики джерела інформаційної дії виокремлюють чотири основні канали політичної комунікації: офіційний, персональний, опосередкований, анонімний.

В залежності від способів розповсюдження повідомлень доцільно розрізняти два взаємодоповнюючих види політичної комунікації: природну і технічно опосередковану.

Виокремлюють три типи комунікації – безпосередню взаємодію (міжособистісна комунікація «обличчям до обличчя»), опосередковану взаємодію і опосередковану квазівзаємодію (радіо, телебачення, Інтернет).

Політична комунікація має такі функції: ідентифікації, орієнтації, розпорядження, адаптації, соціалізації, інтеграції.

Політична комунікація, на наш погляд, є одним із засобів трансляції політичної свідомості в межах певної політичної культури суспільства.

Комплексний підхід у дослідженні політичної комунікації актуалізує синергетичний метод, який будується на ідеї міждисциплінарних досліджень і передбачає варіативність та альтернативність вибору шляхів дослідження розвитку суспільно-політичних процесів. Поміж таких загальнонаукових методів, як аналіз і синтез, індукція і дедукція; моделювання, використовувалися такі методи, як політичне прогнозування та політична лінгвістика. Функціональний метод забезпечив аналіз взаємозв'язку між політичними явищами в реальній дійсності. Соціологічні методи безпосередньо пов'язані із використанням кількісних методів досліджень. Важливим для дослідження політичної комунікації є метод моделювання, що пов'язаний з побудовою штучних, ідеальних, уявних об'єктів, ситуацій, що має відносини і елементи, схожі з відносинами і елементами реальних процесів, зокрема, політичних. Заслуговує особливої уваги математичне моделювання в рамках теорії ігор.

ЗМК використовуються в якості трансляторів громадської думки. Різні засоби комунікації припускають й різні способи організації політичної влади. Засвоєння будь-яких інформаційних продуктів завжди є творчим процесом інтерпретації, в якому індивід прагне використовувати доступні йому інформаційні ресурси.

Список використаних джерел

-
1. Adorno T. W. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture / Adorno T. W. – London; New York : Routledge, 2001. – 210 p.

2.Horkheimer M. Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments / Horkheimer M., Adorno T. W. – Stanford, Calif. : Stanford University Press, 2002. – 282 p.

3 .Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Маклюэн Г. М. – М.; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

4.Innis H. A. Empire and Communications / Innis H. A. – Oxford : Clarendon Press, 1950. – 230 p.

5.Innis H. A. The Bias of Communication / Innis H. A. – Toronto : University of Toronto Press, 1951. – 226 p.

6.McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man / McLuhan M. – Toronto : University of Toronto Press, 1962. – 293 p.

7.Meyrowitz J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior / Meyrowitz J. – New York, 1985.

8 .Гадамер Г.-Г. Истина и метод: основы философской герменевтики / Гадамер Г.-Г. – М. : Прогресс, 1988. – 699 с.

9.Рикёр П. Конфликт интерпретаций: Очерки о герменевтике / П. Рикёр / Пер. с фр. и вступит. ст. И. Вдовиной. – М.: Канон-Пресс-Ц: Кучково поле, 2002. – 622 с. – ISBN 5-86090-054-6.

10.Mann M. The Sources of Social Power: In 2 vols. – Vol. 1: A History of Power from the Beginning to AD 1760 / Mann M. – Cambridge, 1986.

11 .Bourdieu P. Language and Symbolic Power / Bourdieu P. – Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1991. – 302 p.

12.Thompson J. B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication / Thompson J. B. – Stanford, Calif. : Stanford University Press, 1990. – 362 p.

13.Chartier R. Cultural History: Between Practices and Representations / Chartier R. – Ithaca, N. Y. : Cornell University Press, 1988. – 209 p.

14.Davis N. Z. Society and Culture in Early Modern France / Davis N. Z. – Stanford, Calif. : Stanford University Press, 1975. – 362 p.