

**Барматова С.П.**

Академія праці і соціального управління ФПУ, доктор соціологічних наук, завідувач кафедри соціології та соціального управління

---

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР ПОЛІТИКИ: ОБГРУНТУВАННЯ ОСНОВНИХ СТРУКТУРНИХ ХАРАКТЕРИСТИК**

*Стаття присвячена концептуалізації інформаційно-комунікативного простору політики й розкриттю гносеологічного статусу теоретичного конструкта, який здійснює його репрезентацію.*

**Ключові слова:** *інформаційно-комунікативний простір політики, поле, теоретична рефлексія, інформаційне поле, політична культура, політична комунікація*

*Статья посвящена концептуализации информационно-коммуникативного пространства политики и раскрытию гносеологического статуса теоретического конструкта, который осуществляет его репрезентацию.*

**Ключевые слова:** *информационно-коммуникативное пространство политики, поле, теоретическая рефлексия, информационное поле, политическая культура, политическая коммуникация*

*The article is sanctified to conceptualized of informatively-communicative space of politics and opening of gnosiological status of theoretical constructing, that carries out his representation.*

**Keywords:** *informatively-communicative space of politics, field, theoretical reflection, informative field, political culture, political communication*

**Постановка проблеми.** Соціальний простір сучасного суспільства насичений складними процесами, які спричинені трансмісією інформаційних потоків і комунікативними взаємодіями. Іманентно властивий їм динамізм, головним джерелом якого стає прискорена модернізація технології й апаратних пристроїв передачі знаків і значеннєвого змісту, надає пластичності соціальним структурам, соціокультурним комплексам і ціннісним практикам індивідів і спільнот. Саме тому інституціональне й ціннісно-нормативне переконструювання соціально-економічних, політичних і духовно-моральних областей суспільних систем відбувається в усе більш короткі проміжки часу, стаючи либонь не перманентною подією.

---

У політичній сфері найближчим наслідком цього переконструювання виступає виникнення феноменів, що мають іншу, в порівнянні із традиційно властивими їй елементами, онтологічну природу. До таких феноменів належать формування публічної політики, актуалізація публічних арен, розвиток мережевої логіки

політичної взаємодії, віртуалізація політики. Нові модальності політики, які продукуються цими феноменами, є дуже складними й неоднозначними за впливом на окремі соціальні підсистеми. Саме вони на цей час недостатньо вивчені, про що свідчить різновекторність, а інколи і суперечливість теоретичних підходів, ідей і гіпотез. Це викликає необхідність розробки та вдосконалення теоретичної бази соціологічних досліджень, які при аналізі нових модальностей політики не можуть спиратися лише на апробовані теоретичні моделі. Пошуки нових релевантних обґрунтувань, які б точніше, ніж ті, що існують зараз, співвідносилися з новими комунікативними феноменами, не припиняються в соціальних та гуманітарних науках, але ще не привели до завершених і аргументованих наукових концепцій.

У зв'язку із цим особливу **актуальність** набуває теоретична рефлексія щодо ідентифікації заснованих на комунікації політичних реалій, що формуються.

У її фокусі необхідно виявляється розробка методології й методик досліджень, що дозволяють концептуалізувати й емпірично фіксувати нові явища у політиці, зрушення у формах і змісті політичних практик пересічних громадян й еліт. На статус генералізованої аналітичної одиниці такої методології претендує концепт «інформаційно-комунікативний простір політики», евристичний потенціал якого полягає насамперед у встановленні релевантної області розміщення й присутності нових феноменів, що забезпечують інформаційно-комунікативний супровід і втілення політики, організацію її публічної реалізації в умовах глобальних трансформацій сучасності.

**Аналіз останніх публікацій.** Важливу роль в осмисленні загальнотеоретичних і методологічних аспектів вивчення інформаційно-комунікативного простору політики в сучасних умовах відіграє аналіз процесу інформатизації соціального простору й становлення інформаційного суспільства, представлений у працях відомих закордонних дослідників - Д. Белла, А. Турена, І. Масуди, Е. Тоффлера, Ф. Уебстера, М. Прайса, Т. Рантанен. Аналіз інформаційних новацій, що впливають на структурні зміни суспільства постмодерну і, зокрема, його політичного простору, містяться в дослідженнях українських і російських учених – О. Дубаса, В. Щербини, Р. Абдєєва, В.Афанасьєва, О. Вартанової.

Отже, **метою статті** є обґрунтування основних структурних характеристик інформаційно-комунікативного простору політики.

**Виклад основного матеріалу.** Концептуалізація інформаційно-комунікативного простору політики й розкриття гносеологічного статусу теоретичного конструкта, який здійснює його репрезентацію, актуалізувало необхідність аналізу поняттєво-термінологічного апарата, яким оперує соціологічна наука. Цей апарат формується й використовується практично всіма соціальними науками. Але саме

існування термінів, у які вчені часто вкладають різний зміст, давно вимагає теоретично обґрунтованої бази. Серед найпоширеніших можна назвати: політична комунікація, інформаційні обміни,

---

інформаційні потоки, комунікативне середовище, глобальний інформаційний простір, віртуальний простір тощо. Контент-аналіз цих термінів дозволяє одержати уяву про ті вектори дослідження інформаційних процесів, які характерні для сучасної соціологічної науки.

Так, «інформаційне поле» або «інформаційний простір», що являє собою «узагальнену характеристику зовнішнього стосовно індивіда інформаційного середовища, пов'язаного з виконанням їм певних політичних функцій» [1; с. 32-33]. Термін «common communicative space» (загальний комунікативний простір) виник у зв'язку з розвитком процесів глобалізації мас-медіа й сполученням з ними загостренням розбіжностей між прихильниками й супротивниками транскордонної інтеграції інформаційного бізнесу, що ігнорує прагнення до збереження національно-культурних традицій у сферах ЗМІ. Протиборчі сторони звертаються до цього терміна, відстоюючи різні позиції, що або підтримують, або критикують перспективи та результати глобалізації» [2; с.64].

Термін «віртуальний простір» використовується для опису процесу віртуалізації, яка стосовно суспільства означає наявність стійкої бінарної опозиції значеннєвих реальностей – соціальної й віртуальної, тобто віртуальний простір як протилежність простору соціальному, який, разом з тим, має загальними з ним основні просторові характеристики й показники. Віртуальний простір є новою, а тому ще мало вивченою формою соціального простору, яка виникає в процесі розвитку як технологічних, так і соціальних можливостей соціальної системи й формує унікальний тип соціальної взаємодії, новий тип ідентичності. Різновидами віртуального простору є «кіберпростір» як сукупність усіх електронних систем, фактично – глобальний інформаційний простір і «Інтернет-простір» як децентралізована система комунікацій, мережа мереж.

Політична комунікація являє собою окремий випадок соціальної комунікації як специфічної форми взаємодії індивідуальних і сукупних акторів, що припускає передачу інформації за допомогою використання мови й інших символічних форм. О. Соловйов акцентує увагу саме на унікальних властивостях цього концепту, відзначаючи, що «...концепт «політична комунікація» описує не універсальний, а унікальний тип комунікативного процесу, якому властиві власні джерела інформаційних контактів, особливий тип організації соціальних взаємин, специфічні функціональні навантаження в рамках суспільства, своя морфологія, багаторазово опосередкований стиль

спілкування мікросоціальних груп та низка інших властивостей [1; с. 6]. Політична комунікація в політичних науках розуміється також і як спосіб досягнення згоди між індивідами, а також керуючими й керованими (Р.-Ж.Шварценберг) [3], як спосіб розгортання логічної послідовності політичних подій (Н. Анохіна, С. Маканова) [Див. 4], як увесь діапазон неформальних комунікативних процесів у суспільстві (Л.Пай) [Див. 5], як частина масової комунікації (П.Лазарсфельд) [Див. 6]. Термін «інформаційний політичний простір», що продовжує цей перелік, О.Соловйов визначає як «сукупність вихідних від акторів різноманітних потоків повідомлень у сфері публічної влади в області прийняття державних рішень» [1; с.31].

Аналіз проаналізованих термінів і понять показав, що термін «простір» представлений практично у всіх перерахованих вище варіантах. Але при цьому ступінь розробки цього концепту в соціологічні науки усе ще залишається

---

предметом дискусій соціологів [7]. «Соціальний простір сприймається як певне ідеально прозоре середовище, в якому транслюються деякі змісти, дискурси. Оскільки воно «прозоре», то при конкретному дослідженні ним можна зневажити»

– пише Л. Бляхер. Учений приводить також наступне зауваження, що належить П. Штомпці: «...сам аналіз соціального простору залишався на периферії соціально орієнтованої думки. Питання «де» перебуває та або інша соціальна система, елемент системи тощо, Н. Луман вважає просто некоректним» [7; с. 101]. «Навіть якщо просторовий компонент враховувався, як, наприклад, у теорії Бурдьє, то він мало відповідав реальному фізичному простору», – пояснює вчений думку, що була проголошена вище [Там само].

Із цього зауваження Бляхера випливає дуже важливий для подальшого дослідження інформаційно-комунікативного простору питання: наскільки при дослідженні політичних і інформаційних феноменів просторовий параметр співвідноситься з фізичним простором? Чи цей термін позначає якусь характеристику явища або процесу номінально? Наприклад, використовуючи термін «глобальний інформаційний простір», М. Маклюен опосередковано задає фізичні параметри цього простору – «глобальне село». Правда, ця позиція Маклюена потребує уточнення: просторові кордони для такого роду явищ існують тільки як формально-функціональні. Саме про такі кордони (ті, що відчуюються через механізм розрізнення) писав Н. Луман, визначаючи автономність соціальної системи. Саме через усвідомлення своїх меж, система стає самореферентною. Отже, з погляду постструктуралістського й неофункціоналістського підходів, означати будь-яке явище (елемент системи, систему) просторовим параметром означає номінувати його унікальність і автономність, і

визначати ті характеристики даного явища, які дають можливість відрізнити його від інших. Отже, з погляду цього параметра інформаційно-комунікативний простір політики може бути описаний як структура, що має об'єктивно-суб'єктивний рівень функціонування й реалізації.

Як і будь-який інший простір, інформаційно-комунікативний простір політики може визначатися й у термінах системи, а, виходить, перебувати з іншими підсистемами у відносинах функціональної залежності. Ця залежність ускладнена самою двоскладною структурою політичного простору. Як відзначав (спираючись на позицію австрійського соціолога А. Шеффле) у своїй роботі «Ідеологія й утопія» німецький учений К. Манхейм [8], політика складається із двох взаємозалежних, але досить різних по своїй природі процесів. Це – процес управління державною системою (рутинна раціоналізована сфера) і процес політичної діяльності (невизначене «ірраціональне середовище»), суттю якого є публічна репрезентація політичних позицій політичних суб'єктів (у трактуванні Манхейма – здійснення інформування суспільства політичними елітами про свої політичні наміри). Практично ідентичне уявлення про категорію «політичне» зустрічаємо у французького соціолога Ф. Брода. Згідно з його позицією, слід виділяти «політичне», сферу політики (*le politique*) і безпосередню дію у цій сфері (*la politique*) [9; р. 27], яке пов'язане з публічною репрезентацією цих дій. В описі політичного простору обома авторами (хоч і неявно) позначається підпростір, що відповідає за організацію комунікації. Але параметри цього простору авторами описані не були.

---

Ми пропонуємо при формуванні концепту «інформаційно-комунікативний простір політики» розглядати цей простір як одну з форм соціального простору, що має ідентичні просторові параметри й характеристики, володіє своїми специфічними формами взаємодії, своєю морфологією й дизайном. До цього простору застосовні характеристики комунікаційності й комунікативності. Обсяг цього простору пронизаний *комунікативним (інформацією) і комунікаційним (її носіями)*. Такий підхід дає можливість ідентифікувати даний простір як якісно новий стан (або «поле», підсистему) політичного простору, що виходить за межі суто політичного, залишаючись при цьому онтологічно з ним зв'язаним, і поява якого є відповіддю на виклики сучасного суспільства. Тобто *простір, який забезпечує репрезентацію політики в соціальному просторі суспільства, може бути презентовано у вигляді простору (поля), що має свій специфічний топос, що частково перекриває сегменти політичного й інформаційного підпросторів суспільства, забезпечує «зворотний зв'язок» між політичним (роблячи його більш «публічним») і іншими*

*елементами соціальної структури, й володіє при цьому наявністю владної інтенції, і буде називатися **інформаційно-комунікативним простором політики.***

Наявність цього простору забезпечує механізм легітимації політичного режиму й політичної системи суспільства й, отже, цей простір розділяє зі традиційним політичним простором монополію на застосування об'єктивованих інструментів влади (те, що П. Бурдьє називає символічним соціальним капіталом, характерним для даного поля), генералізує її коди, а з інформаційним – монополію на формування соціальних змістів. Таким чином, інформаційно-комунікативний простір політики функціонально залежить від політичних процесів, які відбуваються в суспільстві в конкретний момент часу. Але ця залежність не означає приналежності даного простору тільки до політичного. Інформаційно-комунікаційний простір політики, вбираючи в себе частину території як політичного простору, так і інформаційно-комунікативного, формує свої кордони, прагне до автономії й виконує специфічні функції в системі суспільства, зокрема – сприяє адаптації політичного простору до мінливих реалій сучасного миру й адекватному реагуванню на виклики глобалізації.

Отже, такий простір втілює в собі характеристики одночасно простору соціального, політичного, інформаційного й функціонує за законами соціальної комунікації й сучасної культури. Така комбінація характеристик робить цей простір унікальним і комплексним, а комбінація ознак дозволяє говорити про те, що наявність у ньому хоча й близьких, але самодостатніх складових (зі своїми характеристиками й особливостями, законами функціонування, специфікою взаємодій соціальних агентів) вимагає їхнього аналізу.

Як об'єктивна структура, інформаційно-комунікативний простір політики являє собою мережу комунікативних взаємодій, набір щодо стабільних неієрархічних взаємин, що зв'язують різноманіття акторів, яких поєднують у політиці спільні інтереси і які обмінюються ресурсами для реалізації цих інтересів. В основі формування цієї мережі лежить поняття політичний інтерес і усвідомлення необхідності кооперуватися з іншими політичними агентами для досягнення цього інтересу.

Якщо таки спробувати визначити «де» перебуває інформаційно-комунікативний простір політики, то його «розташування» може бути позначене зоною, сформованою внаслідок об'єднання під його егідою певних секторів політичного й інформаційного сегментів суспільства. Але цього позначення для закріплення інформаційно-комунікативного простору в якості нової онтологічної реалії виявляється недостатньо, оскільки, як відзначає у своїй роботі «Соціологія соціальних змін» П. Штомпка, «лише зовсім недавно соціологія поставила під сумнів і надійність системно-організмичних моделей суспільства, і саму дихотомію соціальної статичності й динаміки. Зараз, схоже, усе більше

значення набувають дві обставини: по-перше, бажання зосередити увагу на усепроникаючих динамічних якостях соціальної реальності, тобто на сприйнятті суспільства в русі («процесуальний образ»), і, по-друге, прагнення не розглядати суспільство (групу, організацію) як об'єкт, тобто дематеріалізація соціальної реальності («образ поля»)» [10, с.25-26].

З висловлення П. Штомпки випливає логічний висновок: для обґрунтування декларованої авторської позиції необхідна її подальша аргументація. На нашу думку, для розв'язку виниклого теоретико-методологічного утруднення найбільше підходить польовий підхід до аналізу соціальних процесів. Але у теорії поля просторовий параметр має зовсім інше значення наповнення, ніж, наприклад, у П. Сорокіна. Поле у Бурдьє не є самою соціальною реальністю, а лише співвідноситься з нею як її змодельоване відбиття. Отже, розглядаючи поле як набір позицій, розташованих у просторі поля, які дійсно характеризуються віддаленістю як одна від одної, так і від центру, у якому в найбільшій кількості зосереджений символічний капітал даного поля, вчений не переносить реальність поля безпосередньо на саму соціальну реальність.

Визначення меж поля у Бурдьє прямо пропорційно убуванню кількості символічного капіталу, який припадає на позицію. Визначення меж поля дозволяє також говорити про автономність і закритість його стосовно інших полів, самодостатності цього поля, але тільки в науковій рефлексії. У функціонуючій соціальній реальності ці межі відсутні. Саме тому соціологія звертається до поняття «топос», «топологія». Поняття топосу як простору зі змінюваною топологією [11] дозволяє об'єднати загально фізичне розуміння простору і моделі соціальних наук.

Следовательно, пространственный параметр в конструкте «информационно-коммуникативное пространство политики» с точки зрения полевого подхода может быть описан только в том случае, если это пространство будет представлено в виде субполя поля политики, т.е. при построении его, этого пространства, динамической модели, или описана через понятие топология.

Отже, просторовий параметр у конструкті «інформаційно-комунікативний простір політики» з погляду польового підходу може бути описаний тільки в тому

---

\* «Соціальна топологія» визначається як динамічна структура простору соціальних відмінностей, «топос» (або «соціальна позиція») як соціологічно сконструйована одиниця цього простору. При такому підході соціальна топологія – це структура гештальдт, яка дає можливість дослідникам адекватно бачити соціологічні предмети у неперервних трансформаціях [12].

випадку, якщо цей простір буде презентовано у вигляді субполя поля політики, або описаний через поняття топологія.

Оскільки при моделюванні інформаційно-комунікативного простору використовується польова теорія П.Бурдьє, конструювання моделі цього простору може відбуватися за аналогією з типологією С.Шрама. Ця типологія згадується П.Штомпкою: «Якщо системна модель суспільства розкривається через структуру, то «польова» – через зміни соціальної реальності. Виміри ці можуть бути різноманітними. Традиційним є дослідження просторово-тимчасового або ціннісно-нормативного вимірів. У типології С.Шрама, соціокультурне поле представлено як взаємозалежна мережа ідей, правил, дій та інтересів. Мережа ідей (вірувань, доказів, дефініцій) формує соціальну свідомість, або ідеальний вимір поля. Взаємозалежні мережі взаємодій репрезентують інтеракційний вимір, або «соціальну організацію», а мережі інтересів (життєвих шансів, можливостей, доступу до ресурсів) – вимір по шкалі можливостей, або «соціальну ієрархію» [10; с. 29]. У відповідності зі цією типологією, ідеальний вимір інформаційно-комунікативного простору політики представлений віруваннями, доказами, дефініціями, що становлять символічний універсум і такими, що сприяють формуванню образу політики у середньостатистичного громадянина; соціальна організація – набором позицій, заснованих на соціально-політичних і комунікативних практиках громадян, а соціальна ієрархія – набором можливостей, які надає цей простір (наприклад, доступ до ресурсів, у якості яких може виступати політична інформація або можливість прямого комунікативного контакту з будь-яким представником політичної влади).

Опис інформаційно-комунікативний простору політики у вигляді суб'єктивної структури базується на визнанні того факту, що політичний простір може бути презентовано як систему відмінностей, які відтворюються у вигляді об'єктивних і суб'єктивних структур. Оскільки політичний порядок – у значній мірі порядок ментальний, що не зводиться до своїх матеріалізованих складових, і існує, по великому рахунку, у вигляді соціальних уявлень, сформованих у кожного соціального агента, політичні відносини, як і всі інші, завжди символічні, а дії покори суть когнітивні акти, можна уявити інформаційно-комунікативний простір політики у вигляді простору функціонування базових символічних кодів побудови політичної реальності, які інтеріорізуються в суб'єктивних схемах сприйняття політичного простору політичних агентів. Таким чином, у вигляді суб'єктивної структури інформаційно-комунікативний простір може назватися об'єктивованим динамічним проявом політичної культури. «...В епоху модерну відповідний алгоритм (*політичної культури* – курсив С.Б.) виглядав у такий спосіб: групи (ключові суб'єкти політики) – корпоративні інтереси (джерело політичної ідентифікації індивіда) – ідеології (головна форма



символізації політичних явищ) – ідеологи (страта, що професійно поширює у суспільстві ідеологічні цінності) – ідеологічна боротьба (найважливіший механізм політичної ідентифікації й позиціонування політичних акторів) – пропаганда (провідна форма організації дискурсу влади й суспільства)

– політичні партії (центральні інститути системи соціального представництва групових інтересів) – громадянське суспільство/державна влада (основні творці політичних порядків) – демократія (основна система організації влади)» [13; с.23-24].

Посилення ролі комунікації пояснюється, як пише у статті О. Соловйов, тим, що «...сучасні комунікації є й причиною, і показником перетворення культури у найважливіший засіб політичної ідентифікації, позиціонування людини в політичному просторі. Вона не просто починає відігравати вирішальну роль у залученні людини у політику, але і якісно перебудовує алгоритм формування самого простору публічної влади» [13, с.23]. Сучасна епоха породжує інші залежності й інші принципи взаємодії влади, індивіда й суспільства. Місце описаних вище структур і процесів займають інші, при збереженні базових позицій ключових суб'єктів, форм символізації тощо. У результаті складається «... новий алгоритм формування простору політичної влади: маси – стандарти масової культури – культурні основи ідентифікації громадян – інформаційні поводи – політична рекламістика – когнитарії (фахівці в області управління інформаційними процесами) – політичний сценаріо-менеджмент – електронні ЗМІ

– масове суспільство/державна влада – медіакратія» [13; с.24]. Учений також звертає увагу на той факт, що «...політичні контакти, що встановлюються у такий спосіб, носять багато в чому спорадичний характер: громадяни вступають у взаємодію з владою переважно у рамках конкретних політичних проектів, що викликають у громадян індивідуальну мотивацію участі» [13; с. 24], тобто відбувається децентралізація політичної влади. У такій ситуації й сама політична культура вимушена шукати нові форми включення громадян у політичні взаємодії, і інформаційно-комунікаційний простір політики, який поєднує у собі ресурси політичної системи й інформаційної системи суспільства, виявляється найбільш адекватним простором для формування й реалізації таких контактів, що й створює йому можливість частково «перебрати» на себе функції політичної культури. З погляду соціальних показників, цей простір від традиційного соціального простору відрізняє відсутність жорстко закріпленої статусної ієрархії.

**Висновки.** Концептуалізація поняття «інформаційно-комунікативний простір політики» дозволила зафіксувати його наявність або хоча б передумови його формування як еволюційні

тенденції розвитку соціальної структури суспільства.

Евристичний потенціал цього узагальнюючого концепту полягає у його спроможності генералізувати уявлення щодо сукупності нових явищ політики, опосередкованих інформаційно-комунікативними реаліями, розростання й поширення яких веде не тільки до корекції політичних практик, але й до реструктуризації всієї області політики.

Але на даному етапі розвитку суспільства як соціальної системи, інформаційно-комунікативний простір політики є, скоріше, продуктом теоретичного моделювання, а його параметри й характеристики задані інтуїціями, на яких базується наукова рефлексія.

### **Література**

1. Политические коммуникации: [учебное пособие для студентов вузов / под ред. А.И. Соловьева.]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
2. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та. 2004. – 416 с. – (21 век: информация и общество).
3. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в. 3 ч. / Р.-Ж. Шварценберг ; пер. с фр. – Ч. 1. – М. : Наука, 1992. – 277 с. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. Випуск 18. 2013*

---

4. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа : [сборник учебных материалов / под ред. Мелешкиной Е.Ю.]. – М : Весь Мир, 2001. – 304 с.
5. Pye L. Political Communication / L. Pye // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions / Edited by Vernon Bogdanor. – Oxford ; New York : Basil Blackwell, 1987. – P. 442.
6. Лазарсфельд П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / П. Лазарсфельд, Р.Мертон // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований : изд. 2-е, доп. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – С. 138–149. – (Библиотека серии «Специализированные курсы в социологическом образовании»).
7. Бляхер Л.Е. Нестабильные социальные состояния / Л. Е. Бляхер – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2005. – 208 с.
8. Манхейм К. Идеология и утопия / К. Манхейм // Диагноз нашего времени / [ред.-сост.: Я. М. Бергер и др. ; пер. с нем.: М. И. Левиной и др.]. – М. : Юрист, 1994. – С. 7–260.
9. Braud Ph. La Science politique / Philippe Braud. – Paris : Presses universitaires de France, 2007. – 127 p.
10. Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка; [пер. с англ. под ред. В.А. Ядова]. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 416 с.
11. Акчурин И.А. Эволюция современной естественно-научной парадигмы / И.А. Акчурин // Философия науки. – Вып. 1. : Проблемы рациональности. – М., 1995. – С. 191–201.
12. Каліщук Р.Б. Топологія політичного простору / Р. Б. Каліщук // Мультиверсум. Філософський

альманах. – К. : Центр духовної культури. – 2006. – № 58. – С. 90–103.

13. Соловьев А. Коммуникация и культура: противоречия поля политики / А. И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 6 . – С. 18–31.