

УДК 101.1:316; 316.354:351/354

С.В. Пирогов

ГОРИЗОНТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ВИЗУАЛЬНОГО¹

Рассматриваются парадигмальные основания визуальных исследований. В рамках разных парадигм задаётся разное видение образа, акцентируется внимание на его разной социальной онтологии, даются разные ответы на ключевые вопросы визуальных исследований: какова природа образа; как соотносится образ и социальная реальность; как функционирует образ и как он влияет на социальную реальность и поведение людей? Излагается различное понимание визуального образа в натуралистической, структуралистской, конструктивистской и феноменологической парадигмах. Дается систематизация социальных функций визуальных образов.

Ключевые слова: визуальное, образ, парадигма познания, социальные функции образа.

1. Состояние и вопросы визуальных исследований. Уже достаточно тривиальным стало выражение «визуальный поворот» («иконический» по Г. Бёму, «пикториальный» по У. Митчеллу) в науке и культуре, но одновременно нарастают дискуссии по поводу сущности визуального и его значения для человека и общества. «К визуальным данным относятся фотографии, фильмы, видео- и телесюжеты, дисплеи, графика, рисунки, картины и т. д» [1]. Это достаточно традиционные визуальные объекты. Говоря о визуальном, имеют в виду и такие феномены, как реклама, дизайн, имиджелогия, городская среда. Но проблема не в появлении или открытии новых форм проявления визуального, а в возрастании влияния образов на жизненный мир человека – усиление «самостоятельности» образов. Говоря о «визуальном», в качестве его синонимов употребляются понятия «изображение», «образ», «картинка». Очевидно, это не одно и то же. Имея в виду активность визуального, наиболее адекватным понятием для визуальных исследований будет понятие «образ», которое указывает на другой источник опыта, другой тип знаний. «Визуальный поворот заключается не в том, что ученые вдруг «открыли» для себя и для других изображения и готовы «закрыть» языковой мир. Поворот заключается в отказе признавать «естественным» языковое доминирование в обороте визуальных образов: исследователи начинают настаивать на способности самих изобразительных медиа, минуя язык, активно вмешиваться в опыт» [2]. Исследование визуальных образов – это исследование другого типа опыта – не категориально-мыслительного, а перцептивного. Визуальные исследования обратили внимание на особую когнитивную процедуру – видение, которая является относительно самостоятельным по отношению к рациональному мышлению.

В ходе визуальных исследований стало ясно, что следует чётко различать аспекты исследования визуальных образов и, соответственно, разные методологические проблемы: 1) происхождение, природа визуальных образов –

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 13-13-70001

онтологический аспект, 2) роль визуальных образов в процессе познания вообще и научного в частности – гносеологический аспект, 3) влияние визуальных образов на поведение человека и изменение общества – социологический аспект. Но в то же время эти аспекты визуального настолько взаимосвязаны, что распределить усилия по их изучению между различными социально-гуманитарными дисциплинами не удаётся. Так, например, следующая фраза, сказанная социологом, вполне уместна в антропологии, этнографии, философии: «Исследовательская перспектива визуальной социологии потенциально двойственна: это изучение социального посредством визуального и самого визуального как социального конструкта» [3]. В другой дисциплине в несколько видоизменённой форме эта мысль звучит так: «Задачи визуальной антропологии усложняются, к первой задаче – использовать визуальные образы в познании – добавляется вторая задача – исследовать, как используются визуальные медиа в культуре» [4]. Практика изучения визуального показывает, что предметы исследования, их методы и техники обусловлены не дисциплинарными границами, а «меняются в зависимости от типа исследования, поставленных задач, онтологической позиции и проч. Это, однако, приводит к путанице в понятиях и названиях, когда в определение «визуальные исследования» (visual research) могут вкладываться разные смыслы» [1]. В то же время во всех визуальных исследованиях наблюдается общее проблемное ядро: вопросы создания, интерпретации и функционирования визуальных образов в современном обществе. Визуальные исследования показывают, что на одни и те же вопросы возможны различные варианты ответов. Если общим конституирующим обстоятельством возникновения визуальных исследований было внимание к процессу видения, то в процессе визуальных исследований возникло много вопросов, показывающих структурную сложность этого процесса: «Кто видит? Что он видит? Что ему разрешено видеть, а что нет? Что он часто просто обречен видеть, безудержно и болезненно, парадоксально желая видеть то, что он не хотел бы видеть? Какие следствия для его поведения здесь можно ожидать?» [5]. На данный момент очевидно, что визуальные исследования не могут быть сведены к методическим правилам интерпретации некоторой «картинки», поскольку как субъект, так и сам процесс интерпретации нуждается в изучении. Поэтому «объектив фотокамеры можно назвать субъективом, поскольку вопрос «как?», вопрос формы во многом структурирует наши множественные интерпретации фотодокумента, созданного в одном культурном коде и прочитываемого во многих иных культурных кодах» [6]. Множество вопросов к «визуальному» можно свести к трём группам. 1. Как возникает образ, какова его природа? Что, собственно, можно видеть? 2. Как образ структурно организован и, соответственно, что и как интерпретируется в процессе изучения образа и что влияет на сам процесс интерпретации? 3. Как функционирует образ, как он «живёт», изменяется и влияет на социальную реальность и поведение людей? Эти вопросы отражают разные исследовательские цели, и их чёткая артикуляция, а не дисциплинарная специализация будет способствовать большей результативности визуальных исследований. Эти центральные вопросы совпадают с тремя аспектами изучения визуального, отмеченными выше. На данный момент в визуальных исследованиях «отсутствие логики, отсутствие теории, отсутствие

методологии свидетельствуют о том, что данное исследовательское поле совершенно не озабочено разработкой собственной перспективности» [7]. Визуальные исследования характеризуются разрозненностью тематики и зачастую отсутствием теоретического обоснования методов исследования. «Современные исследователи, формируя опыт и базу российских визуальных исследований, создают, можно сказать, эклектичные работы, например, заимствуя в качестве структурной основы текста три вида активности фотографического опыта по Р. Барту и пользуясь соответствующими терминами (семиотический подход), раскрывая возможности изучения интерпретации фотографии по А. Шюцу, вставляя попутно пассажи из работы о фотографии П. Бурдье (постструктурализм)» [8].

2. В настоящий момент в визуальных исследованиях различимы четыре парадигмы: натурализм (с ориентацией на позитивистскую методологию), структурализм (с ориентацией на системно-семиотический анализ), конструктивизм (с ориентацией на анализ ситуации возникновения и функционирования явления, в том числе и дискурсивный анализ) и феноменология (с ориентацией на анализ смысла – как производителя, так и потребителя визуальных образов). В рамках каждой парадигмы формируется и развивается своя модель образа: как отражение (иллюстрация), репрезентация и презентация, которая может реализоваться либо в форме идеальной конструкции (идеализированный объект), либо как социокультурный проект – представления о нормальной и «правильной» жизни. На наш взгляд, все модели имеют своё обоснование и предметную сферу применения. Выбор модели, как и парадигмы, обусловлен целью и задачами конкретного исследования. Выбор методологии, адекватной цели, и является условием предотвращения эклектики. Наиболее новой, и в этом плане перспективной, на наш взгляд, является феноменологическая модель, позволяющая объяснить активность визуальных образов и использование их как средств социокультурного проектирования, изменения существующей реальности. Феноменологический анализ при этом позволяет увидеть те проблемы функционирования образов, которые не видны в рамках других парадигм, которые скорее нацелены на объяснение, чем на понимание визуального, на описание образов, а не на прогнозирование возможных последствий их функционирования и развития. Остановимся кратко на парадигмальных моделях визуального.

Натуралистическое понимание визуального – отражение объективной социальной реальности. Использование этой модели в социальном познании релевантно для традиционной этнографии и культурной антропологии, хотя предметом современной культурной антропологии являются уже не только (и не столько) этнические сообщества, но и сообщества, возникающие на не этнической основе, например городские сообщества. Мысль, что образ способен непосредственно отражать реальность, достаточно сильно звучит в работе П. Штомпки «Визуальная социология» [9]. Близкую позицию занимает В.И. Ильин: «Визуальные образы по своей природе ближе к социальной реальности, чем вербальные тексты, выполненные с помощью научных категорий» [10. С. 136]. Визуальному здесь отводится роль зеркала, но это в целом достаточно наивная методологическая позиция. То, что она сохраняется в современной гуманитарной науке, можно объяснить, на наш взгляд, реакцией

на крайности конструктивизма, в частности, на мысль о возможности любых интерпретаций образа и понимание всех образов как «чистых» значений, как знака без денотата. Но в литературе по визуальным исследованиям даётся и критика такой наивной или «оптимистической» трактовки образа. Во-первых, наряду с «сфотографированным событием» есть и «событие фотографирования»: «Кадрирование – это способ обратить внимание, способ организовать видение, где неизбежны как преувеличения, так и приуменьшения чего-то» [4]. Во-вторых, существуют не только объект и субъект фотографирования, но и социокультурная ситуация фотографирования: «Ведь субъектом текстообразования является культурная реальность изображенного, а значимость ситуации создания фотографии определяется фотографом и социальным взаимодействием процесса фотографирования» [11]. В-третьих, «чисто визуальных» репрезентаций не бывает, к ним добавляется работа других сенсорных систем и работа мышления по концептуализации сенсорных данных: объяснение образа всегда существует в текстуальной форме, поэтому возможно для анализа образа использовать концептуальный аппарат семиотики.

Структуралистское понимание визуального. Наиболее известный вариант структурно-семиотического анализа визуального принадлежит Р. Барту. Он выделил три уровня значений визуального образа. То, что изображено на фотографии, есть отражение объективной реальности, но изображение всегда воспринимается и интерпретируется: над денотативными значениями надстраиваются коннотативные. Коннотативный уровень содержит социальное значение предметов, изображённых на фотографии. Но, по Р. Барту, этим содержание образа не исчерпывается: существует ещё *изображённая* социальная реальность, т.е. не реальность сама по себе, а то, что выделено в этой реальности. Изображение содержит два плана значений: культурно ратифицированные, общезначимые, выраженные культурными кодами и значимые только для того, кто рассматривает изображение. Барт выделит особую позицию – *Spectator*, наряду с *Operator* (сам фотограф) и *Spectrum* (кого фотографируют) [12. С. 19]. Содержание образа не исчерпывается конвенциональным социальным значением (*studium*), но включает в себя новое прочтение реальности – *punctum*. «В конечном счете *studium* всегда закодирован, а *punctum* – никогда» [12. С. 80]. Здесь у Барта появляется новый горизонт исследования визуального – источника активности визуальных образов. Содержание образа, таким образом, зависит от того, что снимают, от того, кто снимает, от того, кто воспринимает, и от того, когда и где снимают. Образ приобретает множественную референтность, «это уже не простое отражение реальности, а особая оптика взгляда, рожденная культурой и в свою очередь создающая новые культурные образцы» [3]. Представление об образе как социальном объекте усложняется: наряду с отражением в образе социальной реальности возникает представление об образе как мыслительной конструкции. Общим методологическим недостатком структурализма является то, что мир выглядит как объективная и неизменная структура. Но активность визуальных образов в современном мире ставит это под сомнение и требует своего объяснения. Возникает социологический вопрос об акторах визуального.

Конструктивизм как методология означает переход от социологии систем к социологии действия. Ярким представителем этого перехода был

П. Бурдые, который стремился преодолеть крайности объективизма и субъективизма. Он развивал тему формирования значений в социокультурном контексте. В этом горизонте им был актуализирован вопрос о социальных функциях образов вообще, фотографии в частности. Также был поднят вопрос о практиках производства визуального в повседневной жизни людей. Конструирование образа представляет собой процесс выделения отдельных фрагментов реальности (объектов) и создания из них определённой «картинки». Этот процесс осуществляется не произвольно, а на основе всегда существующих схем восприятия: архетипов, габитуса, идеологии или даже простых стереотипов. Таким образом, говорить о «субъекте камеры» можно лишь метафорически, субъектами конструирования являются социальные группы и протекает это конструирование в определённом социокультурном контексте. «То, что называют „нормальным видением“, является просто избирательным видением...» (Цит. по [13]). Конструирование образов в социокультурном контексте означает, что люди нередко просто обречены видеть одно и не видеть другое, в том числе и потому, что одно разрешено видеть, а другое – нет.

В феноменологическом горизонте акцентируется внимание на активности как образа, так и субъекта восприятия. Содержание образа не исчерпывается репрезентацией социальной реальности, подчёркивается его презентативная сторона. Д. Элкинс, анализируя влияние художественных образов, обращает внимание на то, что они, во-первых, производят разное впечатление на разных людей, т.е. не передают общезначимое содержание, а, во-вторых, оказывают влияние, прежде всего на чувственную, а не на рациональную сферу сознания: «...Графические меты совершенно отличны как от визуального хаоса, так и от письменных и условных знаков. ...И у этой их неустойчивости имеются достоинства: поскольку они не ведут себя так же хорошо и последовательно, как знаки, они могут появляться однажды и больше никогда не повторяться (именно они могут отвечать за уникальность картин)...» [7. С. 213–214].

Образы – это не только репрезентации социальной реальности, они содержат собственный смысл и ведут себя относительно автономно по отношению к воспринимающему. При восприятии образа человек не только расшифровывает некоторое закодированное содержание, а попадает под власть образа. «Следовательно, необходимо выработать альтернативную – если угодно, несемiotическую – модель образа, которая бы не ограничивала спектр парадигм образности «репрезентацией» и «отображением». Такой моделью, на наш взгляд, может и должен служить «медиум», понимаемый не только и не столько в смысле инструмента, или коммуникативного посредника, сколько в значении среды, или «насыщенного раствора», представляющего собой интерференцию материального и смыслового» [14. С. 197]. Этот тезис методологически адекватен исследованию городской среды как визуальной структуре, порождающей новые настроения, смыслы, идеи, проекты. Об этом одним из первых писал Г. Зиммель, анализируя то влияние, которое оказывают на человека города [15]. Центральная идея феноменологии образа – идея взаимосвязи, интерференции смыслового и материального в визуальном образе. Как убедительно показал на эмпирическом материале восприятия городской среды А. Бигбов, существует связь между организацией сре-

ды и моделями поведения горожан: «Городское пространство сохраняет самостождественность, на всем своем протяжении поддерживая родственные *матрицы сопряжения* материализованных социальных структур и подстроенных к ним телесных навыков» [16]. Образ города – не просто некоторая когнитивная структура, а самостоятельный агент социального действия. В феноменологической перспективе образ города существует как генерирующая структура новых смыслов через переживание самого восприятия городской среды. И в этом плане образ города становится механизмом проектирования новых взглядов, отношений, образа жизни – новых жизненных миров. Город одновременно и репрезентирующая схема культурно-исторического способа жизнедеятельности и среда, генерирующая новые способы жизни.

3. Социальные функции образа. Выясняя вопрос, какие функции выполняют визуальные образы в обществе, можно лучше понять все те коллизии, которые их сопровождают. Одна из первых об этом начинала писать С. Зонтаг, говоря о фотографии, что «она главным образом – социальный ритуал, защита от тревоги и инструмент самоутверждения» [17]. С одной стороны, визуальные образы есть порождение социальных отношений, с другой стороны, возникнув, они начинают оказывать влияние на эти отношения, но всегда неотделимы от них. Как писал П. Бурдьё, «фотографирование не может освободить себя от функций, которым обязано своим существованием, не может создать своих целей и осуществлять специфические интенции автономной эстетики» (Цит. по [13]).

В самом начале визуальных исследований обсуждалась эпистемологическая функция – способность визуальных образов быть инструментом познания. Большую роль тут сыграли работы Р. Арнхейма, который показал, что «...мышление осуществляется посредством структурных характеристик, встроенных в образ...» [18]. Эта проблематика развивается в настоящий момент и отечественными исследователями [19, 20].

Наиболее обсуждаемая функция визуального – политико-идеологическая: конструирование посредством визуальных практик взгляда на реальность, создание мифической реальности. У истоков исследования этой темы стояли такие авторы, как М. Фуко, Г. Дебор, С. Зонтаг, В. Беньямин. Размышления Беньямина актуальны сегодня в плане анализа таких малоизученных форм визуального, как ритуалы, карнавалы, массовые мероприятия [21] и другие явления, задающие перформативные высказывания, конструирующие саму ситуацию, её смысловой контекст. Другой темой исследования этой функции визуального является «способ, каким господствующая идеология или мифология определяет политику репрезентации и интерпретации...» [22].

П. Бурдьё обратил внимание различных исследователей на нормативную и интегративную функцию визуальных образов. Эти функции в реальной жизни трудно различимы, но в аналитическом плане здесь можно ставить разные исследовательские цели: как фотография и практики фотографирования конструируют социальные роли [13] и как с помощью визуальных образов конструируется идентичность и самопрезентация в повседневной жизни [23, 24].

Достаточно новой и малоисследованной в отечественной науке функцией визуального является коммуникативно-символическая, понимаемая как об-

мен значениями и движение смыслов на микро- и макросоциальном уровне, особенно на материале не изображений, а артефактов (например, предметов городской среды, вещей).

Наименее исследована, на наш взгляд, социально-проективная функция визуального. Учитывая активность образов, всё более актуальным становится вопрос: как образы создают реальность и к каким последствиям может привести виртуализация визуального. Речь идёт об имиджевых структурах. На это обращает внимание известный американский социолог Джеффри С. Александер, разрабатывающий особую культуросоциологию, в которой он обращает внимание, что наряду с константными суждениями, которые являются описанием, обозначением реального мира, существуют и перформативные, которые «не столько описывают мир, сколько хотят привнести этот мир в воображение их слушателей» [25]. Перформанс как форма визуального ещё ждёт своих исследователей, хотя это явление уже давно у всех на глазах.

Литература

1. Печурина А.В. Визуализация социальных исследований: новые данные или новые знания? [Электронный ресурс] // Социологический журнал. 2007. № 3. Электрон. версия печат. публ. – URL: http://www.isras.ru/files/File/Sociologymagazin/Socmag_03_2007/04_Pechurina.pdf (дата обращения: 15.07.2013).
2. Круткин В.Л. Техногенные изображения в социальном познании // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. Т. 15, № 2. С. 114–128. Электрон. версия печат. публ. [Электронный ресурс]. – URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/24/1251425426/Krutkin_2012_2.pdf (дата обращения: 12.06.2013).
3. Запорожец О.Н. Визуальная социология: в поисках границ // Электрон. дан. IV Всероссийский социологический конгресс. Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. Секция 36. Методология и методы эмпирических исследований. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part50.pdf> (дата обращения: 15.07.2013).
4. Круткин В.Л., Комов И.С. Визуальная антропология и социальная эстетика в фильме Дэвида Мак Дугалла «Возраст разума» [Электронный ресурс] // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10, № 4. С.178–185. [Электронный ресурс]. – URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/12/01/1214824081/8aKrutkin_Komov.pdf (дата обращения: 10.07.2013).
5. Круткин В.Л. Антропологические основания фотографического опыта // Вестник Удмуртского университета. Социология и философия. 2005. №2. [Электронный ресурс]. – URL: http://vestnik.udsu.ru/2005/2005-02/vuu_05_02_14.pdf (дата обращения: 7.05.2013).
6. Мецкеркина Е. Субъектив камеры // ИНТЕР 2002. № 1. С. 85. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.isras.ru/inter_2002.html (дата обращения: 22.07.2013).
7. Элкинс Дж. Шесть способов сделать визуальные исследования серьезной научной дисциплиной // Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир / пер. с англ. Вильнюс: ЕГУ, 2010. 534 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.researchgate.net/...Elkins.../72e7e516f029d98f36.pdf> (дата обращения: 12.07.2013).
8. Захарова Н.Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. 2008. Т. XI, № 1. [Электронный ресурс]. – URL: http://socio.isu.ru/ru/chairs/ksf/courses/VS/10_Zaharovax1x.pdf (дата обращения: 10.07.2013).
9. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой, вступ. ст. Н.Е. Покровского. М.: Логос, 2007. 168 с.
10. Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006.
11. Малес Л. В. Фотография в социологических дисциплинах // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сб. научн. ст. / под ред. Е.В. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 168–182. [Электронный ресурс]. – URL: http://sociologist.nm.ru/articles/males_01.htm (дата обращения: 10.04.2013).
12. Барт Р. «Camera Lucida»: Комментарий к фотографии. М.: Ad Marginem, 1997.

13. Круткин В. Л. Пьер Бурдьё: Фотография как средство и индекс социальной интеграции // Вестник Удмуртского университета. 2006. № 3. [Электронный ресурс]. – URL: <http://baritsa.photographer.ru/cult/theory/5270.htm> (дата обращения: 8.05.2013).
14. Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // Логос. Журнал по философии и прагматике культуры. 2012. №1. С. 184–211.
15. Зиммель Г. Флоренция. Венеция // Логос. Журнал по философии и прагматике культуры. 2002. № 3–4. С. 92–97.
16. Бикбов А. Москва/Париж: пространственные структуры и телесные схемы // Логос. Журнал по философии и прагматике культуры. 2002. № 3–4. [Электронный ресурс]. – URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/bikbov.html> (дата обращения: 10.03.2013).
17. Зонтаг С. О фотографии // Зонтаг С. О фотографии. М., Ad Marginem, 2012. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.artguide.com/ru/articles/s-iuzien-sontagh-o-fotoghrafi-m-ad-marginem-2012-295.html> (дата обращения: 16.07.2013).
18. Арнхейм Р. В защиту визуального мышления // Арнхейм Р. Новые очерки по психологии искусства. М.: Прометей, 1994. С. 153–173. [Электронный ресурс]. – URL: <http://evgenysavin.ucoz.ru/> (дата обращения: 12.06.2013).
19. Плотинский Ю.М. Визуализация информации. М.: Изд-во Моск. ун-та. 1994.
20. Инишев И. Феноменология как теория образа // Логос. Журнал по философии и прагматике культуры. 2010. №5. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.hse.ru/data/2012/10/10/1247140296/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%81_5_2010_%D0%98%D0%BD%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%B2.pdf (дата обращения: 16.07.2013).
21. Соловьева Ю.Ф. О «пространстве, мгновениях и разрывах»: специфика «взгляда на визуальность» В. Беньямина // Топос № 1 (4), 2001. С. 127–139.
22. Зенкова А.Ю. Визуальные исследования как интегральная область социально-гуманитарного знания // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Уральского отд. Рос. акад. наук. Екатеринбург, 2005. Вып. 5. С. 184–193. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ifp.uran.ru/files/publ/eshegodnik/2004/9.pdf> (дата обращения: 23.07.2013).
23. Шманкевич Т.Ю. О потенциале фотографии для социологического исследования. Сюжет школьного гламура // Журнал социологии и социальной антропологии. 2009. Т. 12, № 3. С. 94–105. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.old.jourssa.ru/2009/3/05_Shmankevich.pdf (дата обращения: 20.07.2013).
24. Усманова А.Р. Между искусствознанием и социологией: о предмете и методе «визуальных исследований» // Визуальные аспекты культуры-2006: сборник науч. статей / под ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власовой. Ижевск: Удмуртский гос. ун-т, 2006. С. 10–20. [Электронный ресурс]. – URL: belintellectuals.eu/media/library/artsociology_ousmanova.doc (дата обращения: 20.07.2013).
25. Александер Дж. С. Демократическая борьба за власть: президентская кампания в США 2008 года. Материалы лекции, прочитанной в МГИМО (У) МИД России 23 октября 2008г. [Электронный ресурс]. – URL: http://vestnik-old.mgimo.ru/filesserver/03/vestnik_03-07.pdf (дата обращения: 16.07.2013).