

Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

*Санкт-Петербургский государственный университет, Россия
Институт философии, кафедра культурологии, философии культуры и эстетики
Доктор философских наук, доцент*

*Saint-Petersburg State University, Russia
Institute of Philosophy, Department of Cultural Studies, Philosophy of Culture and Aesthetics
Associate Professor, Doctor of Science (Philosophy)
darapti@mail.ru*

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: КОММУНИКАЦИЯ ИЛИ КОММЕМОРАЦИЯ

В статье обосновывается необходимость создания нового подхода в теории музейной коммуникации, связанного с рассмотрением музея как одной из форм трансляции культурной памяти. Подобное рассмотрение предполагает активное участие музея в практиках коммеморации, для теоретического описания которых невозможно применить коммуникационную модель, активно использовавшуюся в музеологии. Необходимость пересмотра коммуникационной модели музея обосновывается также примерами, рассматривающими корпоративные музеи, – относительно новую форму отечественной музейной работы, а также исторические музеи, с одной стороны, принимающие участие в процессе формирования культурной памяти, но, с другой стороны, способные транслировать политически ангажированные идеологемы. Рассматриваются новые формы музейно-экспозиционной деятельности, в частности, «музеи советского прошлого». Такие музеи невозможно ни адекватно описать в категориях теории музейной коммуникации, ни рассмотреть в качестве инструмента трансляции идеологии. Основным назначением подобных проектов является создание специфического пространства для практик коммеморации.

Ключевые слова: современный музей, музей как медиа, теоретическая модель музея, музейная коммуникация, канал коммуникации, коммеморация, практики коммеморации, культурная память, идеология, исторический музей.

CONTEMPORARY MUSEUM: COMMUNICATION OR COMMEMORATION

It is necessary to create such an approach to the theory of museum communication, which considers the museum as a form of cultural translation memory. This consideration takes into account the active participation of the museum in commemoration practices, which can not be described theoretically using the communication model applied in museology. Revision of the communication model of the museum is confirmed with the examples of corporate museums, a relatively new form of museum work in Russia, as well as historical museums. On the one hand, history museums are involved in the formation of cultural memory, but, on the other hand, they are able to transmit political ideologemes. We also consider new forms of museum activities, in particular, the "museum of the Soviet past". These museums can neither be adequately described in terms of museum communication theory, nor be considered as a tool for translation of ideology. The main purpose of these projects is to create a specific space for commemoration practices.

Key words: contemporary museum, museum as a media, theoretical model of a museum, museum communication, communication channel, commemoration, practices of commemoration, cultural memory, ideology, historical museum.



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

В современной теории музея значительное распространение получила коммуникационная модель, согласно которой музей является источником коммуникации. Теоретические исследования в рамках данного подхода¹ направлены на то, чтобы установить, какую роль в процессе коммуникации играют те или иные составляющие музейной деятельности, такие как экспозиционная или экскурсионная работа, педагогическая и просветительская деятельность. Указанная модель была разработана для музеев, ориентированных на традиционные формы музейной работы, таких как, прежде всего, художественные или историко-краеведческие музеи. Данная модель коммуникации предполагает рассмотрение музея как учреждения, основная задача которого состоит, прежде всего, в трансляции тех или иных сведений, по преимуществу научного характера.

Однако некоторые современные формы музейной работы ставят под сомнение валидность подобной теоретической модели. Задача данной статьи состоит в том, чтобы продемонстрировать, невозможность описания ряда аспектов современной музейной деятельности в категориях наиболее распространенной теории музейной коммуникации и коммуникационного подхода в целом.

Основой для построения коммуникативной модели музея стала несколько упрощенная Д. Кэмероном² структура процесса коммуникации, которая была предложена К. Шэнноном в 1949 го-

¹ Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности. Сб. науч. тр. НИИ культуры. М., 1989; Современные тенденции развития музейной коммуникации в капиталистических странах: теория и практика. Обзорная информация. Вып. 1. М., ГБЛ, Информкультура. 1986.

² Cameron D. A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Vol. 11. P. 33-40.

ду³. При этом основной вклад Д. Кэмерона и сторонников данной концепции в теорию музейной коммуникации состоит в том, чтобы сопоставить элементы коммуникационной структуры К. Шэннона с составляющими деятельности современного музея и с субъектами, вовлеченными в его работу. Само обращение музеологов к теории коммуникации представляет собой заимствование методологического аппарата теории информации, одного из разделов математической теории, поэтому изменение данная модель коммуникационного процесса вполне может быть пересмотрена.

Музейная коммуникация исследуется в рамках именно такой структуры. Теоретическое музееведение ставит своей задачей изучение и уточнение различных элементов и механизмов музейной коммуникации. Тематика научных дискуссий сводится к вопросам о том, какой характер, односторонний или двусторонний, имеет такая коммуникация, а также о том, с кем или с чем общается посетитель, с музейным работником или непосредственно с экспонатом. Ряд моделей музейной коммуникации описаны в книге Б.А. Столярова⁴, однако данная работа является учебником по музейной педагогике, а не научным исследованием. Оригинальная концепция музейной коммуникации была предложена А.Ю. Волькович⁵.

³ Беззубова О.В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование. Сб. статей. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С. 418 – 427.

⁴ Столяров Б.А. Музейная педагогика: история теории, практика. М.: Высшая школа, 2004.

⁵ Волькович А.Ю. Модель музейной коммуникации в концепции зарубежных музееведов // Музей в современной культуре. СПб, 1997; Волькович А.Ю. Музейная экспозиция как семиотическая система. Автореф. дисс. ... канд. культурол. СПб, 1997.



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

По мнению О. Сапанжа⁶, коммуникация в музее осуществляется через выставочно-экспозиционную деятельность. Как было показано ещё Д. Кэмероном⁷, источником такой коммуникации является работник музея, экспозиционер. Коммуникация при этом рассматривается как процесс интерпретации и считывания культурных значений (смыслов), закладываемых музейными работниками. Таким образом, отечественная научная литература по данной тематике рассматривает, в основном, вопросы об основных средствах музейной коммуникации и об основных элементах музея как коммуникационной структуры.

Мы можем сделать вывод, что современная музейно-коммуникативная теория, в основе которой лежит эвристическая концепция Д. Кэмерона, «замкнута на себя», не обращается к опыту, накопленному в других областях социокультурной деятельности и культурной политики, не стремится к активному научному взаимодействию с этими областями, хотя именно это и подразумевает системный подход, применение которого декларируется, среди прочего, и в музеологии.

Заметим, что научный интерес в отечественной литературе стал угасать, одна из последних значимых работ по данной тематике вышла в 2009 году⁸. Это говорит о необходимости поиска иного пути решения вопросов, на решение которых направлена теория музейной коммуникации. Один из возможных путей развития данной теории состоит в том, чтобы применить к анализу деятельности музеев иную модель коммуникации, вводя в рассмотрение такую коммуникационную структуру, в которой музей может занимать иное место по

сравнению со структурой, предложенной Д. Кэмероном.

Применение обновленной модели оказывается неизбежным, в частности, при анализе такого современного социокультурного феномена, как корпоративный музей. Заметим, что проблеме корпоративных музеев уделяется внимание и в отечественном музееведении⁹. Но рассмотрение корпоративного музея только лишь в музееведческом контексте является неполным и недостаточным. Специалисты в области маркетинговых коммуникаций рассматривают¹⁰ корпоративный музей в качестве одной из составляющих деятельности по связям с общественностью, направленной на формирование ее положительного имиджа как в глазах ее же собственных служащих, так и на увеличение общего репутационного капитала компании. Эффективность применения такого музея в качестве одного из инструментов пиара обосновывают коммуникативные модели, применяемые в связях с общественностью и в социальных коммуникациях в целом. Структура процесса коммуникации в теории связей с общественностью носит более сложный характер, нежели процесс музейной коммуникации. Таким образом, корпоративный музей как феномен современной социокультурной реальности обладает двойственным характером: он является одновременно и музеем, и инструментом формирования общественного мнения, то есть составляющей пиара.

Нельзя рассматривать корпоративный музей лишь как форму внутрикорпоративного пиара, то есть как внутреннее, частное дело той или иной корпорации, как это было характерно для музеев

⁶ Сапанжа О.С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. Вып. 103, 2009. С. 245 – 252.

⁷ Cameron D. A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education // Curator. 1968. Vol. 11. P. 33-40.

⁸ Сапанжа О.С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. Вып. 103, 2009. С. 245 – 252.

⁹ Мастеница Е.Н. Корпоративная культура музея // Вопросы культурологии. № 6. 2012. С. 5 – 70.

¹⁰ Гирля К. Штрих к репутации. Прошлое как инструмент // Реальный бизнес. № 3 2006 (электронный документ) Режим доступа: <http://www.real-business.ru/magazines/3-2006/shtrih-k-reputacii-proshloe-kak-instrument> (дата обращения 15.06.2015); Малаховская Ю. Развиваем внутренний PR: все о корпоративной культуре и немного о слухах... // Всё для кадровика. 2011. № 7.



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

отечественных производственных организаций, нередко закрытых от посторонних глаз. За рубежом корпоративные музеи играют важную роль в системе маркетинговых коммуникаций, в частности, в формировании имиджа бренда, они ориентированы на широкий круг посетителей – потенциальных потребителей продукции производственных и иных корпораций.

Есть еще одна причина, по которой корпоративный музей нельзя сводить лишь к пиару, исключая его из сферы музееведческого анализа вообще. С точки зрения музееведческой классификации подобный музей может выступить в качестве варианта исторического или мемориального музея. Более того, некоторые исторические музеи можно рассматривать, в некотором смысле, именно как корпоративные музеи. К числу таковых можно отнести, в частности, военные музеи, например, Центральный военно-морской музей, если в качестве «корпорации» рассматривать военно-морской флот России.

Для анализа коммуникационной активности подобных музеев, работающих в качестве инструментов создания корпоративного имиджа, традиционная модель музейной коммуникации не пригодна. Для этой цели можно использовать коммуникационную модель системы связей с общественностью, описанную, например, в книге Г.Г. Почепцова¹¹. Она также основана на классической схеме Шэннона, включающей в себя коммуниканта, адресата и канал распространения. Однако в данной модели в качестве коммуникатора выступает сама корпорация как источник коммуникативного воздействия, в качестве адресата выступают сотрудники (или потребители продукции) корпорации, а музей выступает лишь как один из каналов распространения. Заметим, что данная модель рассматривает музей лишь в качестве канала распространения коммуникативного воздействия, а не в качестве его источника, как это принято в му-

зееведении при рассмотрении музейно-коммуникационного процесса.

Проблема, интересующая нас, состоит в том, чтобы выяснить, любой ли музей может быть рассмотрен в рамках коммуникационной модели, предложенной для анализа системы социальных коммуникаций и пиара в частности. Положительный ответ будет свидетельствовать о том, что музей является не самостоятельным источником специфической формы коммуникации, а лишь одним из каналов более сложной системы социальной коммуникации. Таким образом, можно предположить, что музей перестает быть самостоятельной коммуникационной сущностью, он приобретает лишь роль инструмента трансляции той или иной социально значимой информации. Такую коммуникационную модель, где музей играет роль лишь канала, инструмента коммуникации, можно было бы назвать инструменталистской.

Подобная коммуникационная модель музея снимает ряд вопросов, значимых для описанной выше теории музейной коммуникации, например, вопрос о том, кто в музее является источником и посредником или каналом коммуникации. Источником коммуникации не является ни предмет-экспонат как часть коллекции музея, ни музейный работник. Источник коммуникации в этом случае лежит вне музея. Поиск ответа на данный вопрос похож на поиск ответа на вопрос «кто говорит?», поставленный в теории медиа Г. Ласуэллом¹² еще в конце 1940-х гг.

Сопоставление музейной теории и теории медиа говорит нам о том, что структура музейной коммуникации и медиа-коммуникации во многом изоморфна, при этом теоретики медиа выводят источник коммуникации за рамки самих медиа, рассматривая их как один из инструментов социальной политики, государственной идеологии, и даже классовой борьбы. Выводы теоретиков медиа можно распространить и на музейную деятельность, чему посвящен ряд работ современных исследова-

¹¹ Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2006.

¹² Там же



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

телей музеологов¹³. Заметим, что смена транслируемого музеем знания (с научного на идеологически скорректированное) привело и к смене коммуникационной модели, превалирующей в музеологии. Приведенный пример с корпоративным и историческим музеем не просто демонстрирует валидность такой коммуникационной модели, дальнейшая работа с ним позволяет сделать вывод о необходимости пересмотра возможности применения к анализу деятельности музея коммуникационной концепции как таковой.

Коммуникационный подход был актуален тогда, когда в качестве основы социальных отношений рассматривалась передача информации. Выше мы отмечали, что сама коммуникационная модель была взята из теории информации, которая ставила перед собой задачу анализа эффективности передачи сообщений через коммуникационный канал. Музей в этом случае выполнял функцию трансляции информации, выработанную наукой, а если говорить об историческом музее, то, конечно же, наукой исторической. Транслируемое посредством музея знание впервые отошло от исторической науки тогда, когда в объективное научно выверенное знание об истории оказались вплетенными различного рода культурные и социально-политические идеологемы. При этом на смену фигуре «музейного работника», ученого, выступавшего в качестве источника коммуникации, пришел вспомогательный типаж экспозиционера, формирующего то или иное содержание экспозиции в зависимости от идеологических трендов.

Следует отметить, что развитие теории музейной коммуникации не было синхронным с изменением статуса научного знания в экспозиции. Скорее, имело место отставание музейной теории от

практики музейной деятельности. И, действительно, транслировавшееся посредством музейных экспозиций с XIX века знание отражало те научные концепции, ряд которых в настоящее время рассматривается лишь в качестве репрезентантов той или иной социальной системы. Подобная ситуация определила существование музея как инстанции определенного дискурса, что и было показано рядом исследователей¹⁴. Заметим, что научная рефлексия статуса музея оказалась в значительной мере запоздалой, и само ее появление было вызвано волной критических теорий конца 1960-х – начала 1970-х гг., направленных на демифологизацию и деидеологизацию социальных наук.

Примерно с конца 1960-х – начала 1970-х гг. в культурной политике и в культурной теории стали возникать принципиально иные тенденции, с неизбежностью затронувшие и музейную деятельность. Развитие исторических музеев в течение последней четверти XX века и начале XXI века позволяет говорить о том, что коммуникационный подход в целом оказывается не в полной мере пригодным для решения целого ряда задач музейного планирования. Смена модели (структуры) коммуникации не решает проблему анализа и планирования актуальной музейной деятельности, и теоретические подходы должны быть принципиально иными. Одной из важнейших причин такой ситуации является то, что современный музей становится участником новых форм социальной политики, а не только «латентных» коммуникационных процессов трансляции различных, прежде всего, государственных идеологем. Мы говорим здесь о процессах, связанных с репрезентациями так называемой «культурной памяти», относительно нового и достаточно проблемного концепта, получившего развитие в европейской, прежде всего, культурной политике и осмысленного в таком научном направлении, как «memory studies».

¹³ например, Беззубова О.В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование. Сб. статей. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С. 418 – 427; Волькович А. Ю. Модель музейной коммуникации в концепции зарубежных музеологов // Музей в современной культуре. СПб, 1997.

¹⁴ например, Беззубова О.В. Музей как инстанция художественного, научного и идеологического дискурсов: дисс. ... к. филос. н. Санкт-Петербург, 2003. 166 с.



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

Проблематика, связанная с «культурной памятью», сформировалась во французской социологии¹⁵ и была проработана в «новой исторической науке» в форме концепта «национальной памяти»¹⁶ (П.Нора и др.), что говорит о том, что данный теоретико-культурный концепт обусловлен даже не столько достижениями социологии, сколько развитием исторического знания. В отечественной научной литературе проблема культурной памяти активно обсуждается уже более десяти лет. Так, например, в 2004 г. все четыре номера исторического научного журнала «Ab Imperio» были посвящены проблемам культурной памяти¹⁷, кроме этого, ряд выпусков и тематических подборок был опубликован журналами «Неприкосновенный запас» (2010 г. № 3) и Международный журнал исследований культуры (2012 г. № 1(6)).

В репрезентациях культурной памяти музей принимает активное участие. В ряде отечественных публикаций¹⁸ поставлена проблема рассмотрения музея не только как идеологического инструмента, но как активного участника процесса формирования культурной памяти и управления ее содержанием.

Непременным условием социальной политики, связанной с культурной памятью, является постоянная актуализация последней, что и обеспечивают ритуалы и практики коммеморации, важное место

в организации и реализации которых занимает и музей. К сожалению, данное понятие, вошедшее в отечественную науку из зарубежной гуманитаристики, еще не получило однозначного определения. Под коммеморацией обычно понимают ряд практик или сингулярных событий, направленных на актуализацию «контента» «культурной памяти», а также на его обновление или усвоение. К числу коммеморативных практик, применительно к музейной деятельности, можно отнести как простое посещение музея, так и участие в тех или иных специальных мероприятиях, им организованных. В ходе практик коммеморации формируется своего рода усредненная точка зрения на исторические факты и события, аналог общественного мнения, но применительно к прошлому, как правило, национальному. В этом случае мы снова можем обратиться к примеру, описывающему роль исторического музея в процессе формирования государственного имиджа. Речь, однако, будет идти не о формировании или актуализации данного имиджа (как это осуществляет идеология), а о том, какая именно память должна сформироваться об историческом прошлом, каким будет содержание, «контент» этой памяти, и какую роль в этом процессе играет музей. Ситуация не только не снижает, но повышает накал спора о статусе научного исторического знания, которое может войти в противоречие уже не только с идеологией, но и с исторической памятью.

Практики коммеморации не сводятся к информационному обмену, что помещает культурную память как вне науки, так и вне идеологии. Поэтому не следует противопоставлять коммеморацию и идеологию, оставляя сферу коммеморации лишь за гражданским самоорганизующимся сообществом в противоположность государственной идеологии. Как отмечала А. Ассман¹⁹, коммеморация представляет один из способов формирования идентичности, в том числе и национально-

¹⁵ Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007; Васильев А.Г. Memory studies: единство парадигмы – многообразие объектов // Новое литературное обозрение. №117 (5/2012). 2012. С.461 – 480.

¹⁶ Франция-память. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999

¹⁷ Гетерогенность памяти империи и нации. Ab Imperio. 2004. №1; Память репрессированная, вытесненная и потерянная. Ab Imperio. 2004, №2; Историческая память и национальная парадигма. Ab Imperio. 2004. №3; Примирение через прошлое: панъевропейская перспектива. Ab Imperio. 2004. №4

¹⁸ например, Супрунчук А.П. Музей – пространство для ретрансляции культурной памяти на примере современных еврейских музеев // Studia Humanitatis. №3. 2015. (электронный документ) Режим доступа: <http://sthum.ru/content/suprunchuk-ap-muzey-prostranstvo-dlya-retranslyacii-kulturnoy-pamyati-na-primere-sovremennyh>

¹⁹ Ассман А. Новое недовольство мемориальной культурой. М.: Новое литературное обозрение, 2016.



Алексей Викторович СМЕРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

государственной. Принципиальное различие между культурной памятью и идеологическими конструкциями власти видится в том, что культурная память – это память общества, память народа, основанная на определенном типе идентичности, отличной от чисто государственной. Известен целый ряд примеров²⁰ конструирования национально-государственной идентичности через опыт переживания исторической памяти о травматическом прошлом (например, о роли той или иной нации во Второй мировой войне) и музеи играют очень важную роль в таком конструировании.

Однако нельзя недооценивать опасность превращения культурной памяти в часть идеологической системы, между ними не всегда можно провести грань. Ситуация является в максимальной степени идеологичной, когда культурная память служит основой для конструирования гражданской или государственной идентичности. Конечно же, идеология в данном случае формируется в результате давления, но не информационного, убеждающего, а, условно говоря, экзистенциального, имеющего психологический характер. В этом случае «транслируется» уже не информация, но определенный социальный опыт, опыт переживания и опыт причастности к событию. Одной из форм приобретения подобного опыта становится посещение музея, рассматриваемое как попытка индивида отождествить себя с прошлым, оказаться сопричастным ему.

Поэтому музей все в меньшей степени становится транслятором научного знания, приобретая черты мемориала. Роль научно обоснованной информации, представленной в нем, может уменьшаться, и на первый план выступает определенная «атмосфера», дух воссоздаваемой эпохи. Это уменьшает значимость ряда ключевых аспектов музейной работы, таких, как, например, научная обоснованность и системность экспозиции. Примерами такого подхода к музейно-экспозиционной деятельности являются «музеи советского прошло-

го»²¹. Их научный статус не всегда возможно однозначно охарактеризовать, не всегда даже сам «музей» является музеем в полном смысле этого слова, являясь ничем иным, как хаотичным собранием артефактов советской эпохи (в основном, 1950-х – 1970-х гг.). Причина подобного снижения научного статуса подобных экспозиционных проектов видится не столько в просчетах их организаторов, но в том, что такой музей является коммеморативным по своей сути. Его основная цель – эксплуатация ностальгии по советскому прошлому и возрастающего интереса к этому прошлому, причем этот интерес не может быть удовлетворен результатами научной деятельности историков.

Таким образом, актуализация феномена «культурной памяти», в том числе и коммеморативная деятельность музеев, так же (как в свое время идеология) знаменует собой разрыв между исторической наукой и иными формами исторического знания, циркулирующими в современной культуре. Музей принимает участие не только в практиках трансляции коммеморативного знания, он занимает важную часть в «ритуалах коммеморации», актуализирующих культурную память как таковую. Поэтому современные музеи оказываются уже в другой коммуникативной ситуации, уже не связанной с трансляцией вербализуемого знания, строго научного или идеологизированного, они вовлечены в процесс передачи эмоционального опыта, что существенно усложняет коммуникационную модель их деятельности. Подобная ситуация требует разработки принципиально нового подхода к анализу взаимодействия общества, музея и посетителя, основанного на иной модели, не связанной с теорией коммуникации. В качестве одного из вариантов можно предложить дискурсивный подход, с которым у исследований в области «культурной памяти» нет методологического разрыва, поскольку практики коммеморации вполне могут быть описа-

²¹ Абрамов Р.Н. Музеефикация советского: историческая травма или ностальгия? // Человек. 2013. № 5. С. 99 – 111, Тимофеев М.Ю. Музеефикация СССР // Лабиринт. №5. 2014. С.25 – 33.

²⁰ Там же.



Алексей Викторович СМИРНОВ / Aleksey SMIRNOV

| Современный музей: коммуникация или коммеморация / Contemporary Museum: Communication or Commemoration |

ны в категориях дискурсивной модели. Ключевым моментом, позволяющим рассмотреть трансляцию различные форм опыта (научного, идеологического, социального), может стать дискурсивная концепция истины²², применимая к различным моделям исторического знания.

²² Фуко М. Политическая функция интеллектуала // Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. Ч. 1. М.: Праксис, 2002. С. 201 – 209.

