

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ТРАДИЦИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В эпоху цифровых технологий информационные ресурсы общества становятся определяющим фактором развития как в научно-техническом, так и социальном плане. Налицо и разнообразие источников получения информации, их новизна и информативность. Растет число интернет-сайтов, блогов, лонгридов, где содержательная составляющая подготовлена не журналистами, а обычными медиапользователями, чей медиаресурс становится выразителем общественного мнения. В итоге аудитория потребляет нужную ей информацию уже не только из традиционных, признанных СМИ, но и из ресурсов, составляющих альтернативу мнению медиасообщества. В статье рассматриваются подходы, обуславливающие возникший недавно профессиональный интерес к изучению альтернативных медиа, призванных скорректировать принципы традиционной журналистики.

Ключевые слова: альтернативные медиа; журналистика; принципы; объективность; условность; релевантность.

В первой трети XXI в. мы являемся свидетелями процессов эволюции информационного общества, становление которого активно изучалось различными исследователями на протяжении нескольких десятилетий [2, 3, 5]. Формообразование и разнообразие информационных связей привнесли в бытийность человека множество фундаментальных изменений: спрос на личностные и коллективные коммуникации постоянно возрастает, а сами источники информации быстро и эволюционно преобразуются благодаря новым технологиям и уже значительно отличаются от тех видов коммуницирования, которые использовались предыдущим поколением медиапотребителей.

ДМИТРИЕВ Олег Аркадьевич — кандидат филологических наук, профессор департамента медиа НИУ «Высшая школа экономики», советник Международного информационного агентства «Россия сегодня» (e-mail: dmitrievoa@gmail.com).

© Дмитриев О. А., 2017

Парадигма развития альтернативных медиа в теоретических и практических исследованиях

Дискуссия по альтернативным медиа в лингвистических, психологических и медийных исследованиях возникла уже на рубеже XX и XXI вв. Так, в частности, автор теории коммуникативного действия немецкий философ Юрген Хабермас, анализируя процессы становления информационного общества и принципы построения коммуникационных процессов, писал о том, что «изменить общество можно, меняя не производственные отношения, а структуру коммуникационных процессов» [10]. Ученый сформулировал два способа построения коммуникаций: «внешний», при котором инициатива исходит от структур, контролирующей деятельность общества, и идущий «изнутри», при котором повестка дня определяется согласно пожеланиям целевой аудитории. При этом механизме та или иная инициатива зарождается непосредственно в обществе, характеризуя представления индивидов о личностной и коллективной идентичности, их суждения о «картине мира», которые базируются на совокупности знаний об окружающей действительности. В свою очередь, «картина мира» обусловлена общим «фоном» любой ситуации в соответствии с мировоззрениями и устремлениями общества. В качестве примера можно привести освещение ситуации с допингом в российском спорте в 2016–2017 гг., когда большинству потребителей всемирных новостей представлялась картина виновности российских атлетов, в то время как журналистские расследования, доказывающие обратное, оставались «за бортом глобальных интересов» (см.: <http://truepublica.org.uk/contributor-news/rick-sterling-open-letter-world-anti-doping-agency-international-olympic-committee-regarding-mclaren-report-politicisation-doping-sports/>).

Сегодня медиапотребители сталкиваются с разницей в освещении событий крупными медиа и теми редакциями, которые выражают несколько иную точку зрения. В связи с этим в исследованиях применительно к крупным СМИ широко используется термин «мейнстримовские медиа» (англ. *mainstream media*), который объединяет все крупнейшие редакции, трактующие мировые события с использованием превалирующей точки зрения [15].

Так, в ходе проводимого нами исследования международных СМИ мы видим, что, например, освещение событий в Сирии в последнее время в мировых мейнстримовских медиа (BBC, CNN, FOX News) происходит в основном с помощью сообщений из одного источника, а также фотографий, подчеркивающих страдания мирных жителей. Альтернативные СМИ используют в дополнение к этому большое количество видеоматериалов, в которых журналисты и простые жители рассказывают о реальном положении дел. Все это оказывает влияние на формирование картины мира у аудитории разных медиа, где средства доставки контента, а также форма подачи материала играют не последнюю роль.

В этом плане интерес вызывает трактовка альтернативных медиа, предложенная Ульрихом Шмитцем, который провел многокомпонентный сравнительный анализ «старых» и «новых» средств массовой информации, рассматривая информационные связи с точки зрения их исторического развития и становления [21].

Исследователь различает три типа коммуникативно-информационных связей, которые располагаются друг за другом в исторической последовательности:

— «первичная коммуникация», основанная на устном контакте между людьми (речь, жестикуляция, мимика);

— «вторичная коммуникация», базирующаяся на технике письма и печати, без применения специальных технических средств со стороны адресата (письмо, книга, газета);

— «третичная коммуникация», связанная с обязательным применением технических средств не только для производства и передачи, но также и для приема соответствующих знаков (телефон, телетайп, кино, пластинка, радио, телевидение и т. д.).

Именно «третичная коммуникация», если пользоваться терминологией исследователя, и определяет механизм действия альтернативных медиа, которые используют не только другую точку зрения на события, но и разнообразные носители информации, которыми мейнстримовские медиа просто не пользуются в силу технологических, редакционных и других причин. Этот фактор особо выделяет и теоретик французского постмодерна Жан Бодрийяр, который считает, что стиль жизни человека может служить сюжетом для СМИ, а любая информация должна быть связана с событиями и в результате сама становится захватывающим событием [1]. В итоге при рассмотрении информации как «захватывающего события» можно подходить к анализу признанных СМИ и новых — альтернативных — медиа как инструменту, формирующему социально-информационную систему нового типа. Такой подход позволяет терминологически обосновать и возникновение структуры функционирования альтернативных медиа как таковых.

Однако определение понятия «альтернативные медиа» часто вызывало полемику среди исследователей [18]. Конечно, в медийной науке предпринимались попытки системно структурировать отдельные определения, превратив их в целостное терминологическое обоснование, но к позитивному результату эти попытки не привели [14], так как принципиально различались критерии и исследовательские подходы к изучаемому определению.

В частности, британскому исследователю субкультур Крису Эттону удалось создать типологию теорий альтернативных медиа, основанную на четырех направлениях [13]. *Первое* связано с технологиями создания многочисленных сообществ и их участием в производстве контента посредством обратной связи. *Второе* описывает дихотомию между «мейнстримовскими» и альтернативными медиа по следующим критериям: размер аудитории, степень политической ангажированности, система формирования редакционной политики. Исследователями *третьего* направления альтернативные медиа рассматривались как механизм построения гражданского общества. *Четвертый* подход выстраивался на исследованиях технологии трактовки представления информации на современных медиаплатформах.

Данные подходы находят отражение в различных определениях альтернативных медиа. Тем не менее наиболее удачной, как представляется, является точка зрения английского медиаэксперта Криса Эттона. Под термином «альтернативные СМИ» он понимает «разнообразие медиапроектов, которым присущи отличные

от традиционных формы развития и функционирования» [14]. Кроме этого исследователь обозначает ряд ведущих характеристик данного явления. Среди них:

- нетипичное, альтернативное традиционному содержание материалов;
- уникальная эстетическая форма, которая несколько ломает традиционное представление о дизайне;
- использование инновационных технологий и новых медиа в создании медиапродукта;
- изменение социальных отношений внутри авторского коллектива, депрофессионализация творческого подхода;
- развитие медиасообщества вокруг одного мультимедийного ресурса.

В свою очередь, канадские исследователи Патрик Андерссон и Джудит Стивман определяют альтернативные СМИ через их местоположение в медиасистеме. Они характеризуют этот тип СМИ как «медиа, занимающие нишу между андеграундными персональными проектами и массовым медиарынком, которые объединяют в себе элементы художественных, музыкальных и молодежных СМИ и способны рассказывать о простых вещах в необычной форме» [11].

Несколько иную позицию в этом вопросе занимает выдающийся лингвист современности, родоначальник теории «порождающей грамматики» Ноам Хомский [16]. По его мнению, альтернативные СМИ — это медиаструктуры, которые не отражают точку зрения корпораций и государственных структур по различным вопросам. Хомский предлагает свои критерии для определения степени альтернативности того или иного СМИ. Среди них прежде всего фигурируют форма собственности медиа, источники финансирования, источники информации, идеология.

Видимо, в первую очередь Хомский имел в виду такие формы медиакommunikации, как самиздат в СССР, а также «пиратские» радиостанции в США и Европе. Однако в последние годы этот исследователь и общественный деятель стал признавать наличие альтернативных элементов и в интернет-изданиях, например, BuzzFeed и Huffington Post, а также в работе круглосуточных международных телеканалов и интернет-порталов — RT, Aljazeera и др., которые предоставляют своей аудитории альтернативную информацию, идущую вразрез с мнениями и редакционной политикой таких «мейнстримовских» телеканалов, как ВВС, CNN, Deutsche Welle, даже несмотря на то, что финансирование их деятельности осуществляется Российской Федерацией и Катаром соответственно. Именно Хомский высоко оценил потенциал тех альтернативных каналов, чья позиция не совпадает с редакционной политикой ведущих американских СМИ, отражающих позицию американской администрации. Доказательством основательности и значимости данного постулата может служить изменение в предпочтениях избирателей во время выборов президента США 2016 г., победу в ходе которых одержал Дональд Трамп.

Приведенные обоснования позволяют говорить о появлении так называемой альтернативной журналистики [17], которая представляет собой совокупность медиапродуктов, идущих вразрез с семантикой содержания корпоративных и мейнстримовских средств массовой информации. В данном случае «мейнстрим»

определяется как совокупность основных направлений и господствующих тенденций в мировых и региональных СМИ.

В связи с этим целесообразно обратить внимание на модели интерпретации, предложенные Стюартом Холлом [19]. По данным этого исследователя, интерпретация контента является критической в том случае, если при его потреблении возникает мотивация к рефлексии, потребность оспорить привычные идеи, что провоцирует развитие альтернативного способа мышления.

Суммируя все приведенные показатели, можно утверждать, что альтернативность медиа выражается на нескольких уровнях:

- несогласие части общества с официальными заявлениями и комментариями;
- нахождение своего угла подачи, отсутствующего в мейнстримовских СМИ;
- выражение точки зрения, отличной от международных мейнстримовских медиа со стороны СМИ ряда государств. В эту категорию, помимо Aljazeera из Катара и российского международного телеканала RT, попадают такие медиа, как турецкий TRT International, иранский Press TV, японский NHK International и т. п.

Подытоживая, следует отметить, что развитие альтернативных медиа предполагает более свободное, разноформатное изложение материала. В каждом альтернативном издании можно определить и параметры своей особой картины мира, сформулированной редакцией и являющейся неотъемлемым компонентом изложенных в таком СМИ историй. Зачастую журналистская история выглядит как материал с эмоционально окрашенной авторской позицией. Поэтому важно проследить развитие, а также трансформацию традиционных принципов новых медиа на современном этапе.

Трансформация традиционных принципов информации в эпоху альтернативных медиа

Принципы новостей в традиционных СМИ сформулированы, как известно, в монографиях и учебных пособиях для журналистов [4, 6, 7, 20]. В определенном смысле их логическим продолжением являются вполне объемные этические кодексы или корпоративные справочники редакций информационных агентств, онлайн-порталов, телевизионных каналов, которые существуют в каждом СМИ. Это позволяет вычленить ключевые принципы организации информации в СМИ, оказывающие влияние на осуществление массовой коммуникации как таковой, а также проследить процесс изменения данных принципов в эпоху развития альтернативных медиа.

Очевидно, что принцип *новизны* является ключевым в построении новостей. Его суть в том, что новость должна носить информативный характер, т. е. представлять собой сообщение о некоем новом событии либо явлении, достоверность которого подтверждается набором фактов и данных.

Событие применительно к медиа преимущественно определяется как «точно фиксированный в пространстве и времени (т. е. с ясным началом и завершением) шаг в общественном процессе» [9].

К событиям относят некое изменение состояния, например, пожар, безусловно, является новостью, так как характеризует неожиданное изменение жизни людей, находящихся в том или другом месте либо по соседству. Но следует ли считать новостью очередное заседание местного парламента или очередную рабочую поездку главы местной администрации? Об этом нередко ведутся споры в отраслевой прессе. Представляется, что особой новизны здесь нет: чиновники постоянно кому-то наносят визиты, а парламента создан для проведения заседаний. Однако мейнстримовские медиа в России и в США до сих пор продолжают освещение именно протокольных мероприятий глав государств. Хотя нередко — даже в таких случаях — результатом того или иного заседания может стать принятие судьбоносного для страны закона либо подписание важного национального или международного соглашения [7].

Активные члены Комитета заинтересованных журналистов, авторы нескольких монографий по теории и практике современной журналистики Билл Ковач и Том Розентил отмечают, что универсального понятия новизны не существует. То, что будет являться новостью для одного сообщества, может не быть таковой для тех групп, которые не разделят эту точку зрения [20]. Следовательно, принцип новизны применим исключительно к определенной аудитории, на которую СМИ ориентируются. Однако в последние пять лет в альтернативных медиа наметился свой подход к определению принципа новизны в информации. Так как большинство альтернативных медиа не обладают большими бюджетами для раскрутки и добычи собственной информации, новизна создается за счет новых, сенсационных комментариев экспертов, которые не рассматривают новость в целом, а анализируют лишь ее часть. Например, при освещении катастрофы самолета «Боинг 777» Малайзийских авиалиний под Донецком в июле 2014 г. английская служба радиостанции Voice of Russia (ныне — Radio Sputnik) получила от летчиков-испытателей, которые в свое время испытывали самолет этой марки, новые данные, связанные с проблемой безопасности. Это позволило иначе интерпретировать информацию, которая была политически окрашена мейнстримовскими медиа из-за событий на Украине. В итоге новой темой для информационных дискуссий стала проблема безопасности полетов в зонах вооруженных конфликтов.

Принцип новизны в альтернативных медиа предполагает, кроме того, наличие информации от источника, который традиционно не используется в «мейнстриме». В период с 2010 по 2012 г. телеканалы RT и Aljazeera при освещении событий на Ближнем Востоке нередко прибегали к мнению эксперта Роберта Фиска, автора ряда монографий о проблемах политического урегулирования на Ближнем Востоке. В частности, его суждения стали обоснованием поведения ряда арабских стран (Ливан, Сирия, Египет) и в конфликте с Израилем, и в спорах с мировым сообществом вокруг событий Арабской весны 2010–2011 гг. Высказываемая этим экспертом точка зрения была абсолютно неприемлема для традиционных медиа, и Роберт Фиск перестал получать приглашения к участию в программах CNN, BBC, других ведущих мировых СМИ. Данный пример только подчеркивает, что новизна в альтернативных медиа зачастую реализуется благодаря критическому подходу к «мейнстримовской информации».

Еще один важный информационный компонент — принцип *релевантности* — предполагает, что приоритетность размещения новостей в выпуске новостей на телевидении, на газетной полосе или странице интернет-сайта зависит от значимости этих новостей для аудитории [4]. Релевантность отражается и на текстах новостей: менее значимая информация может быть размещена ближе к концу материала, а более значимые детали того или иного события — в начале. Как правило, принцип релевантности используется для того, чтобы медиапотребитель мог не только дочитать новость, но и составить свое собственное представление о событии. Таким образом, расположение новостей в порядке их значимости позволяет СМИ формировать оригинальную «повестку дня», придавая событиям дополнительную ценность и формируя к ним определенное отношение в обществе.

В отличие от мейнстрима альтернативные медиа также ориентируются на потребности целевой аудитории при определении информационных приоритетов. В этом случае позиция целевой аудитории канала по тому или иному вопросу является ключевой при его освещении. Например, при обсуждении израильско-палестинского конфликта телеканал Aljazeera ставил во главу угла позицию арабских стран по этому вопросу. Еще один пример — предоставление слова представителям «хакерских» движений и «пиратских партий» со стороны международных СМИ Российской Федерации. Цель такого освещения — попытка доказать голословность «мейнстримовских» обвинений западных стран в отношении якобы имевших место хакерских атаках со стороны России, целью которых было воздействие на избирательный процесс в США летом 2016 г.

Принцип *условности*, являющийся наиболее дискуссионным из всех принципов, состоит в том, что в силу ограниченности формата, объема или хронометража новости средства массовой информации не могут передать все нюансы реальной информации и прибегают к условностям при изложении, схематичности и клишированности. Это создавало определенные трудности в коммуникации с аудиторией. Альтернативные медиа решили сократить влияние принципа условности, увеличив временной диапазон освещения событий при прямой трансляции. Причем Aljazeera и телеканал RT делают это не только в эфире и на официальных страницах телеканала в сети Интернет, но и на других онлайн-платформах, а также в социальных сетях.

Ярчайший пример этого — освещение протестов против мирового финансового истеблишмента в Нью-Йорке Occupy World Street летом и осенью 2012 г. В этом случае информация о значимых событиях предоставляется потребителю без каких-либо сокращений.

Из принципа условности вытекает и принцип *технологической зависимости*, суть которого сводится к тому, что в зависимости от средства доставки информационного контента СМИ используют определенные технологии для освещения события. Например, количество деловых новостей агентства Reuters на мобильных платформах сократилось за 2016 г. примерно на одну четверть. В связи с этим можно предположить, что основанием для отсева темы или придания ей меньшего значения может быть несоответствие информационного повода тем выразительным средствам, которыми располагает данный вид СМИ. И опять

же определенные виды СМИ вынуждены идти на некоторые условности с тем, чтобы проиллюстрировать тот или иной информационный повод при помощи выразительных средств.

Альтернативные медиа постоянно совершенствуют свои интерактивные технологии, которые позволяют активнее развернуть перед целевой аудиторией значимость проблемы. Например, в феврале 2017 г. сайт BuzzFeed предложил своей аудитории информацию о стоимости жилья в разных районах Лондона. Но чтобы человек нашел именно свой район, ему предлагается ввести свой индекс непосредственно в «тело» статьи (см.: https://www.buzzfeed.com/hannahjewell/give-up-on-the-homeowning-dream-you-have-a-space-dream-now?utm_term=.om8bJkEoZ#.xdV4W1jvM).

Принцип **объективности** не предполагает абсолютную объективность, но выстраивается на постоянном дополнении обсуждаемой публично темы новыми деталями, что приводит к дальнейшим публикациями, поиску полярных и неординарных экспертных и общественных мнений. Как отмечают упоминавшиеся выше Билл Ковач и Том Розенстил, журналистика традиционных новостей представляет собой «перманентное движение к поиску правды», где каждый последующий материал предоставляет читателю возможность иначе взглянуть на проблему и продвинуться на пути к истине [6]. Традиционные новости в журналистике и принципы их создания не предполагают, что отдельный репортаж или отдельная заметка должны быть объективными, но указывают на то, что каждый из них должен вносить свой вклад в разностороннее отражение действительности.

В связи с этим принцип объективности нередко обосновывается как принцип **беспристрастности** (англ. *impartiality*), понимаемый как отсутствие у автора журналистского материала склонности встать на ту или иную сторону при отражении действительности. В отечественной науке получил распространение схожий термин — принцип нейтралитета, согласно которому редакции мейнстримовских каналов могут добиться преимущества над конкурентами в силу сбалансированного освещения событий с разных точек зрения [8]. Однако в последнее время как в «мейнстриме», так и среди некоторых представителей альтернативных медиа бытует мнение, что быть объективным в полной мере журналисту мешают формат и технологические ограничения, налагаемые тем СМИ, где выходит подготовленный материал. Это усиливает мнение некоторых исследователей о повышении роли субъективного начала в современных медиа [9]. В условиях определенного временного прессинга, а также ограничений редакционной политики журналист вынужден упрощать, сокращать спектр возможных мнений. Принципиальными здесь становятся скорее беспристрастность и нейтралитет, нежели недостижимая и идеализированная объективность.

Помимо этого ключевым фактором для развития альтернативных медиа является интерактивность. Еще в начале 1990-х информационные интернет-сайты, как и традиционные СМИ, не предоставляли обратной связи для читателя или зрителя. В середине 1990-х появляются услуги голосования через мобильный телефон, чаты со зрителями; переписке с читателями и зрителями стали уделять особое внимание

и т. д. Мультимедийные сайты становятся в том числе и способом организации обратной связи. Наиболее современная тенденция — не просто интерактивный контент (контент, который можно «организовывать под себя»), а размещение на сайтах традиционных СМИ площадок для общения, дискуссионных клубов сотрудников редакции с читателями (блогов), а также постепенное разбавление материалов, подготовленных профессиональными журналистами, так называемым *user generated*-контентом, понимаемым как контент, созданный медиапользователями и присланный в редакцию. К нему могут относиться фотографии, сделанные мобильным телефоном, любительское видео, личные дневники пользователей (блоги) и т. д. Так происходит процесс постепенного стирания граней между «профессиональной журналистикой» и «любительской», что не может не вызывать споры и беспокойство журналистского «мейнстримовского» сообщества.

Исходя из обоснованных принципов и тенденций их развития, можно утверждать, что именно критика позиции мейнстримовских медиа по различным событиям информационной повестки дня оказывается ключевым параметром для исследований альтернативных медиа как нового типа СМИ. Обоснование профиля информации критической направленности подтверждает возможность информационного расширения освещаемых тем, выходящих за рамки официальной трактовки событий. С помощью критического отношения к «мейнстриму» альтернативные медиа выявляют те аспекты значимых тем, которые не освещаются мейнстримовскими медиа. Как правило, в альтернативной медиасреде информация подается через призму тех, чье мнение в мейнстрим-культуре обычно отсутствует.

В итоге можно сделать вывод о том, что парадигма освещения событий в альтернативных медиа — это совокупность плюралистических мнений, не связанных одной идеологией либо редакционной политикой. В этом случае читатель (слушатель, зритель, пользователь) волен не согласиться ни с одной из предложенных точек зрения и обнародовать свой собственный взгляд на той же самой альтернативной площадке.

Следовательно, интерактивность является одним из формирующих принципов создания альтернативного контента. При соблюдении этого и других ключевых принципов (новизны, зависимости от передовых технологий, беспристрастности и т. п.) возникает новая модель взаимодействия журналистики и общества — речь идет о равнозначном взаимном влиянии медиа и целевой аудитории друг на друга, которое невозможно проследить в деятельности мейнстримовских медиа.

Данное исследование является лишь частью многокомпонентного и многопрофильного изучения альтернативных медиа, в котором все высказанные нами тезисы будут рассматриваться более подробно.

-
1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. 269 с.
 2. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009. 288 с.
 3. Горохов В. М., Шилина М. Г. Интегрированные социальные коммуникации в журналистике // Меди@льманах. 2014. № 3. С. 12–27.

4. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага : статьи разных лет. М., 2007. 168 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М., 2000. 606 с.
6. Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. Что должны знать сотрудники отделов новостей и что общественность должна от них ожидать / пер. Д. М. Гуревича ; под ред. О. А. Дмитриева, А. Г. Качкаевой. М., 2004. 235 с.
7. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты на ТВ : учеб. пособие. М., 2004. 400 с.
8. Локтев Д. С. Международное телевидение и редакционный нейтралитет // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2009. № 4. С. 88–95.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2000. 310 с.
10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. 2-е изд. М., 2006. 437 с.
11. Andersson P., Steedman J. Inside magazines. L., 2002.
12. Atton C. An Alternative Internet: Radical Media, Politics and Creativity. Edinburgh, 2004.
13. Atton C. News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media // Journalism Studies. N. Y., 2002.
14. Bailey O. G., Cammaerts B., Carpentier N. Understanding Alternative Media. Maidenhead, 2008.
15. Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (with Edward Herman). N. Y., 1988.
16. Chomsky N. Letters From Lexington: Reflections on Propaganda. Boulder, 2004.
17. Chomsky N. Necessary illusions: thought control in democratic societies. Boston, 1989.
18. Fuchs C. Alternative media as critical media// European Journal of Social Theory. Vienna, 2010.
19. Hall S. Critical dialogues in cultural studies, L. ; N. Y., 1996.
20. Kovach B., Rosenstiel T. Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload. N. Y., 2010. 240 p.
21. Schmitz U. Sprache in modernen Medien. Einführung in die Tatsachen und Theorien. Berlin, 2004.

Статья поступила в редакцию 29.03.2017 г.