**Дискурсивный анализ массовой коммуникации как идеологический инструмент**

А.Д. Трахтенберг, Институт философии и права Уральского отделения Российской Академии Наук

Современная теория дискурса вместо анализа средств массовой информации как политического, социального и культурного феномена предлагает либо набор “примеров”, показывающих, как они осуществляют натурализацию идеологии и оперируют с доминантным дискурсом, либо общую картину “дискурсивной тотальности”, в которой СМИ – только один из элементов контекста. Дискурсивный анализ является не только интерпретирующим, но и мифологизирующим инструментом. Даже тогда, когда использующие его исследователи занимаются демифологизацией массовой коммуникации, они мыслят в логике мифа о “Великом сообществе”, в котором будут сняты все существующие ограничения и преодолено неравенство субъектов коммуникации, и мифа о “Величии электричества” как пути к достижению этого сообщества.

\* \* \*

В современной теории дискурса массовая коммуникация служит одним из привилегированных объектов анализа: производимые и транслируемые средствами массовой коммуникации послания практически идеально ложатся в схему дискурсивного акта как акта применения власти, объективирования и даже реификации посредством идеологической интерпелляции членов аудитории.

В теории дискурса само собой разумеется, что антиредукционизм и антиэссенциализм, являющиеся ее отличительными чертами, позволяют выйти за ограниченные пределы марксистской теории идеологии, жестко детерминированной экономическими структурами и классовыми отношениями. Однако если автономный и целостный субъект социального действия рассматривается современными теоретиками как идеологический конструкт эпохи Просвещения, то идея деления общества на “властный блок” и противостоящие ему народные массы остается в полной неприкосновенности. Это позволяет анализировать идеологическую составляющую посланий средств массовой информации, исходя из тезиса о фрагментарном и децентрированном субъекте, производящем эти послания (а точнее, производимом ими). В результате, [c. 85] по справедливому замечанию Гаятри Спивак, имеет место “стратегическое использование позитивистского эссенциализма в совершенно очевидных политических целях” [16, р. 342]1.

Тем самым дискурсивный анализ массовой коммуникации сводится к разбору посланий, производимых средствами массовой информации. При этом до сих пор доминирует аналитическая схема, некогда с успехом использованная Роланом Бартом в “Мифологиях”: когда каждое отдельное послание рассматривается как особый, частный, “анекдотический” случай, подтверждающий общий тезис о том, что в процессе массовой коммуникации осуществляется деполитизация и натурализация идеологии, так что в результате “все в нашем повседневном быту обусловлено тем представлением об отношении человека и мира, который создает себе и нам буржуазия” [1, с. 267].

В работах последователей Р. Барта этот подход приобретает статус аксиомы. Так, Роджер Фоулер, занимаясь анализом “языка новостей”, постоянно и настойчиво подчеркивает, что этот язык – частный случай языка вообще, пропитанного невидимой, жесткой идеологией: “новости – это представление мира в языке; поскольку язык – это семиотический код, он навязывает всему, что представляет, определенную структуру ценностей, социальную и экономическую по своему происхождению; и новости, как и любой дискурс, с неизбежностью (курсив мой – А.Т.), конструируют по образцам все, о чем в них говорится” [9, р. 4]. Нетрудно заметить, что данное высказывание представляет собой цепочку тавталогий, в рамках которой “язык = дискурс = идеология”. Поскольку все аспекты высказывания – фонологический, лексический, семантический или прагматический – могут (и должны) нести идеологическую нагрузку, анализу подлежит любое произвольно взятое высказывание и любой произвольно взятый текст. Это Фоулер и демонстрирует своим читателям, с помощью газетных статей на самые разные темы, от проблем общественного порядка до контрацепции, причем подчеркивает, что “даже если не все [наблюдения] строго документированы, общая картина… является более чем убедительной” [9, р. 96].

По Фоулеру, СМИ поддерживают доминантный культурный порядок даже тогда, когда внешне ему противостоят. Например, статья, критикующая бездушие и бюрократизм государственных больниц в отношении пациентов, пишется в соответствии с нормами бюрократического управленческого дискурса, превращающего больных людей в “пациентов” и “случаи”, т.е. в безвольный объект для манипуляций.

Работа Фоулера – только один из многочисленных примеров, демонстрирующих, как осуществляется критика медийного дискурса. Сам Фоулер вынужден специально оговаривать, что инструменты дискурсивного анализа не следует применять механически, так как он требует постоянно учета внемедийного контекста, а также опыта и интуиции: “если и существуют трудности.., то они связаны с контекстом, а не с лингвистическими техниками” [9, р. 90]. Однако, как показывают критические разборы различных типов дискурсов, используемых средствами массовой информации, эти трудности легко преодолимы, поскольку контекст воспринимается как носитель той же идеологии, что и текст. [c. 86]

Собственно, все дальнейшее развитие теории дискурса – переход от семиологии Барта к археологии дискурсивных практик Фуко, возникновение теории политического дискурса Н. Фейркло и особенно создание Лакло и Муфф теории дискурса, отрицающей наличие у объектов сверхдискурсивного значения – было направлено на слияние текста и контекста.

Так, у Лакло и Муфф дискурс и есть то первичное пространство, которое конституирует обьективность как таковую. В обществе просто отсутствует онтическое содержание, которое способно обеспечить его окончательную дифференциацию и “закрытие”. Гегемонистская тотализация представляет собой сложную игру с пустыми значениями, которым приписывается универсальное содержание, и всегда предполагает “конституирующее блокирование языка, которому требуется назвать нечто, что в принципе не называемое и само является условием функционирования языка” [12, р. 71]. Эта в принципе неназываемая “недостача” трактуется строго по Фрейду и Лакану как “недостача Бытия”, так что в конечном счете дискурс через конструирование социальных различий и приписывание им содержания выполняет онтологическую и онтическую функцию.

Нетрудно заметить, что на уровне “онтологической” теории дискурса СМИ выпадают из сферы анализа даже на уровне примеров. Объектом анализа становятся механизмы конструирования “больших идеологий” и движений, в которых СМИ – не более, чем механизм, через который может осуществляться конденсация универсалистского значения на пустом означающем или, наоборот, поддержание существующей системы дискурсивных дифференциаций, препятствующих созданию нового универсалистского фронтира.

Таким образом, дискурсивный анализ СМИ осуществляется с помощью либо слишком мелкой, либо слишком крупной оптики. Вместо анализа средств массовой информации как политического, социального и культурного феномена мы получаем либо набор “примеров”, показывающих, как они осуществляют натурализацию идеологии и оперируют с доминантным дискурсом, либо общую картину “дискурсивной тотальности”, в которой СМИ – только один из элементов контекста.

“Мелкая оптика” доминирует в современной коммуникативистике, так что в результате в этой дисциплине господствует предметный анархизм при полном методологическом консенсусе (который служит главным критерием правильности отдельно взятой аналитической процедуры и истинности получившегося результата). Дискурсивный анализ СМИ означает обращение к анализу самых разнообразных посланий, объединенных только способом трансляции и общей функцией – воспроизводством идеологии и поддержанием гегемонии властного блока. Несколько упрощая, можно сказать, что в теории дискурса анализу подлежит любой текст и любой аспект этого текста, при условии, что он был транслирован с помощью технических средств, которые принято относить к сфере массовой коммуникации при описании коммуникативного акта по схеме Г. Ласуэлла (ответ на вопрос “Посредством чего?”).

Для теории дискурса не существует высоких и низких коммуникативных жанров и/или высоких и низких дискурсивных практик. Но точно так же для нее не существует идеологически стерильных или идеологически не отягощенных текстов. Она строится на “презумпции виновности” любого текста и любого высказывания. Остается только подобрать эффектный и убедительный иллюстративный материал для доказательства этого тезиса. В сущности, исследователи, действующие в данной парадигме, сильно напоминают средневековых [c. 87] проповедников, подбиравших наиболее доступные аудитории “примеры” (“exempla”) для иллюстрации заданных положений.

Вполне объяснимо, что сведение дискурсивного анализа массовой коммуникации к анализу “примеров” (именно в исходном, средневековом значении термина “exempla”) порождает множество противоречий. Так, концентрируясь на анализе посланий, сторонники теории дискурса практически игнорируют реальный процесс их производства и не интересуются деятельностью журналистов. Они исходят из того, что производители посланий, в отличие от их получателей, совершенно пассивны и подконтрольны властному блоку и занимаются только “воспроизводством идеологического дискурса в сфере своей компетенции” [11, р. 62]. Этот тезис, в свою очередь, также порождает парадоксы: так, Дж. Фиск уверенно рассуждает о том, что “плохая” (“желтая”) пресса намного лучше качественной, так как последняя создает у членов аудитории иллюзию объективности и беспристрастности, в то время как первая изначально предполагает скептическое отношение к собственным утверждениям, тем самым провоцируя семантическую герилью (подробнее см.: [8]).

Точно так же, рассуждая о необходимости “семантической герильи” и денатурализации идеологии и постулируя активность этой аудитории, исследователи проявляют удивительно слабый интерес к тому, как реальные члены аудитории воспринимают предназначенные для них деполитизированные послания и в какой мере это восприятие зависит от социальной позиции, а в какой – от степени культурной компетентности и овладения имеющимся в обществе набором дискурсивных практик.

В результате возникает тот же самый парадокс, который отмечают историки, работающие со средневековыми exempla: “те детали, которые для средневекового проповедника были средствами, для современного историка превращаются в конечную цель исследования, а именно – в правду о прошлом” [18]. Заменив средневекового проповедника на журналиста, а историка – на теоритика массовой коммуникации, мы получим тот же самый результат: что для журналиста является средством, в рамках теории дискурса превращается в “правду о настоящем”.

Нельзя сказать, что исследователи массовой коммуникации (и других видов коммуникативных практик) не сознают ловушки текстоцентризма, в которую они попали. Как доказать, что субъективное толкование исследователем того или иного послания и представляет собой “правду о нем”? Стюарт Холл, основоположник такого влиятельного направления современной коммуникативистики, как “культурные исследования”, неоднократно критиковал своих последователей именно за текстоцентризм и призывал обращать более внимание на социокультурный контекст критикуемых посланий. Однако, как было показано выше, в теории дискурса любой контекст оказывается “внутри” соответствующей дискурсивной практики, поэтому критика Холла не достигает своей цели.

Знаменитое заявление Дж. Фиска о том, что для понимания подлинной природы американских СМИ надо быть не белым мужчиной, а черной женщиной, желательно нетрадиционной сексуальной ориентации и инвалидом, показывает, как выглядит эффективное решение данной задачи в условиях, когда внешние критерии, позволяющие оценить качество критики, просто отсутствуют. Однако при всем желании трудно найти достаточное количество одноногих черных лесбиянок, обладающих достаточной культурной компетентностью, чтобы оценить написанные в рамках теории дискурса тексты. [c. 88]

Исследователям приходится либо ссылаться на то, что если предложенная интерпретация соответствует принятому в данной научной дисциплине парадигме и не нарушает сложившегося консенсуса, она является истинной, либо честно признавать, как это сделала Гаятри Спивак, что “утверждение, что только угнетенный может понять угнетенного, только женщина может понять женщину… не может использоваться в качестве теоретического основания… так как препятствует возможности познать идентичность. Несмотря на политическую необходимость, связанную с поддержкой данной позиции, и несмотря на целесообразность попыток идентифицироваться с другим, чтобы понять его, знание становится возможным и поддерживается только несводимыми друг к другу различиями, а не идентичностью. То, что известно, – это всегда избыток знания” [17, р. 254].

Ключевым в данном высказывании является именно указание на “политическую необходимость, связанную с поддержкой данной позиции”. В рамках теории дискурса не только не скрываются, а наоборот, всячески подчеркиваются марксистские корни этой дисциплины. Любая работа, принадлежащая к данному направлению, обязательно содержит ссылки на “Марксизм и философию языкознания” В. Волошинова (М. Бахтина?), а также на “Тюремные тетради” А. Грамши и работы Л. Альтюссера. Идея знака как носителя идеологического значения и места идеологической борьбы позаимствована теорией дискурса у В. Волошинова (“область идеологии совпадает с областью знаков” [2, с. 222]), концепции “идеологической гегемонии” и “позиционной войны” за эту гегемонию, ведущейся на всех уровнях общества, – у А. Грамши. Л. Альтюссеру данная теория обязана представлением о “сверхдетерминации” дискурса и о механизме идеологической интерпелляции.

Ярко выраженный левый, марксистский уклон теории дискурса означает, что критика реальных средств массовой информации и производимых ими посланий ведется в ней с позиций теории отчуждения, которая противопоставляет реальное положение вещей как неправильное (а выражающую его идеологию – как “ложное сознание”) правильному, но реально существующему только в некотором будущем “царстве свободы”.

Противопоставление реального общества и идеального “великого сообщества”, в котором будут взаимодействовать между собой абсолютно равные субъекты коммуникации, а дискурсивные практики избавятся от своего рокового слияния с властными практиками, пронизывает анализ любого “exemplum”. Критический анализ дискурсивных практик современных средств массовой коммуникации порождает вопрос: возможен ли альтернативный дискурс и, соответственно, альтернативные организационные структуры, способные его конструировать?

Нельзя сказать, что академические исследователи не осознают проблем, связанных с внедрением в СМИ альтернативного дискурса. Так, Фоулер, критикуя существующие журналистские практики, признает, что если журналист попытается выйти за приделы доминантного дискурса и сконструировать иную дискурсивную практику, читатели ее не примут: новый стиль будет отвергнут как “несоответствующий теме”, а аргументы признаны неубедительными. Более того, он признает, что от сотрудников частных СМИ, ориентированных на извлечение прибыли, и не следует ожидать столь “решительных, дерзких и требующих высокой сознательности шагов” [9, р. 134], однако не перестает надеяться на чудо.

В отличие от Фоулера, другие исследователи исходят из того, что для появления альтернативного дискурса необходимы альтернативные СМИ, [c. 89] не связанные ни с государством, ни с рынком и имеющие горизонтальную структуру, позволяющую обеспечить доступ членов аудитории и их активное участие в деятельности медиа с позиций демократичности и многообразия [13, р. 12]. В теории дискурса само собой разумеется, что горизонтальные, не-иерархические и не ориентированные на извлечение прибыли организации в буквальном смысле говорят другим языком, чем доминантные бюрократические структуры, занятые поддержанием идеологического доминирования. В силу этого они могут выполнять важнейшую функцию детерриториализации и дестабилизации доминантного дискурса, деконструкции его сложившихся форм и децентрирования возникших в его рамках идентичностей. Выступая в качестве “дискурсивного перекрестка”, на котором могут встречаться и сотрудничать представители самых разных недопредставленных или стигматизированных групп (женщины, студенты, представители этнических сообществ и т.п.), альтернативные СМИ будут способствовать изменению идентичности этих движений и формированию общего фронта демократической борьбы, или, если использовать терминологию Лакло и Муфф, осуществлять гегемонизацию радикального демократического дискурса путем конденсации отдельных демократических требований в единый популистский запрос.

Очевидно, что у современных теоретиков альтернативных медиа был великий предшественник в лице В.И. Ленина, в работе “Что делать?” сформулировавшего идеал бесцензурной и нелегальной партийной газеты, которая организует всесторонние политические обличения, применяя на практике “материалистический (= альтернативный. – А.Т.) анализ и материалистическую оценку всех сторон деятельности и жизни всех классов, слоев и групп населения” [3, с. 126], охватывает всю Россию сетью своих корреспондентов и проникает со своими обличениями во все слои общества.

Организация альтернативных СМИ (чаще всего – радиостанций) была весьма популярным начинанием в 60–70-е гг. ХХ в., в “период бури и натиска” левых студенческих движений. Например, итальянское левое “Движение 77”, с которым напрямую был связан Ф. Гваттари, концентрировалось как раз вокруг не имеющих лицензий, “пиратских” любительских радиостанций, таких, как “Радио Аличе” в Болонье.

Как видно из описания современницы событий, вещание этой радиостанции полностью соответствовало всем требованиям альтернативного демократического дискурса. Оно представляло собой смесь музыки (рок, джаз, немного классики, народные песни и песни политического протеста) с новостями (сообщения о борьбе левых и рабочего класса с властями в Италии и за ее пределами, рассказы о местных студенческих выступлениях, зачитывание фрагментов из радикально-левых газет, подробнейшее, буквально поминутное освещение деятельности феминистских, гомосексуалистских и правозащитных организаций) и комментариями по самому широкому спектру тем, которые имел право сделать любой, кто был готов позвонить в студию или посетить ее редакцию. Гваттари лично написал хвалебное предисловие к книге, описывающей бурную историю “Радио Аличе”, в которой он охарактеризовал эту радиостанцию как “ассембляж теории – жизни – праксиса – группы – секса – одиночества – машины – привязанности – ласки” [14, р. 18]. Для Гваттари “Радио Аличе” явилось примером спонтанно возникшей территории свободы, собранной из альтернативных тематических и аффективных конструкций и вписанной в контекст широкого политического движения. [c. 90]

В итоге в 1977 г. итальянские власти закрыли “Радио Аличе” за “пропаганду непристойности”, тем самым продемонстрировав, как воспринимается радикально альтернативный дискурс (“не говорить о желании, а желать: мы – машины желания, машины войны”) с позиций доминантного дискурса.

Впрочем, последовавшее завершение “эпохи бури и натиска” и наступившая политическая стабилизация заставляют заподозрить, что власти оказали “Радио Аличе” большую услугу, превратив это коммунальное медиа в жертву правящего властного блока и тем самым избавив от мучительной агонии, связанной с постепенным развалом левого движения. Это не говоря уже о том, что даже в период своего расцвета осуществляемая “Радио Аличе” “подрывная коммуникация” имела успех в основном у левых европейских интеллектуалов (и студентов Болонского университета), но никак не у массовой аудитории. Эта радиостанция носила все черты маргинального СМИ, не пользующегося ни реальной популярностью, ни реальным влиянием.

Неуклонный провал всех попыток создать альтернативные средства коммуникации с точки зрения теоретиков дискурса свидетельствует только о том, что властный блок успешно ведет позиционную войну, препятствуя подрыву своей идеологической гегемонии. Вопрос о реальной востребованности и практической осуществимости “попыток создать альтернативу широкому спектру гегемонистских дискурсов, доминирующих в сферах коммуникации, массовой информации, экономики, организационных структур, политики и демократии” [5, р. 64] даже не ставится. Само собой разумеется, что такая альтернатива необходима массам и что ее реализация принесет только самые позитивные результаты.

С начала 1990-х гг. у исследователей, занимающихся дискурсивным анализом массовой коммуникации, появился новый привилегированный объект исследования – Интернет, который, казалось бы, можно считать воплощением в реальности всех их желаний и ожиданий. Тезис о том, что Интернет в силу своей “ризомной”, т.е. нелинейной, неиерархической структуры, со скользящим переходом от одной темы к другой, и принципиальной гетегорогенностью является носителем альтернативных дискурсивных практик и в силу этого позволяет пользователям успешно вести “позиционную войну” с линейными, иерархическими доминантными дискурсами, уже успел превратиться в общее место. В результате сетевое сообщество превратилось в очередное воплощение мечты о “великом сообществе”, которое способно вытеснить “великое общество” и заменить холодные и бездушные отношения господства и подчинения общением равных в виртуальном пространстве.

Впрочем, следует отметить, что такого рода ожидания сопровождали внедрение всех новых средств коммуникации с середины XIX в., когда появился электрический телеграф, который Дж. Цитром не без оснований назвал “исторической синекдохой для всех последующих электронных медиа” [7, р. 189].

Уже в 1838 г., пытаясь убедить конгресс выделить средства на свою работу, С. Морзе сформулировал классическую метафору “электронного соседского сообщества”, которую вслед за ним повторило множество пророков коммуникативной революции, включая Маклюэна, Тоффлера и Кастельса: “Настанет пора, когда вся поверхность этой страны будет покрыта нервами, которые будут, со скоростью мысли распространять известия о том, что случилось по всей стране; все жители на деле будут превращены в соседей” (цит. по: [7, р. 12]). [c. 91]

Данная риторика оказалась необычайно устойчивой, чем еще раз подчеркивается ее базовый для современной культуры характер. Она с неизбежностью сопровождала всякое новое изобретение в сфере электронных средств коммуникации. Естественно, по мере того как эти средства усваивались повседневностью и растворялись в ней, они выпадали из фокуса общественного внимания, а потом вообще переставали тематизироваться (иными словами, ими начинали пользоваться автоматически, не замечая). Однако это не означает, что надежды с помощью электронных средств коммуникации превратить основанное на неравенстве общество в “сообщество равных” также отмирали – миф просто находил себе новый объект.

При этом он каждый раз определенным образом видоизменялся. Дж. Скоунс, проанализировав развитие этого мифа с момента изобретения телеграфа, показал, что каждое новое средство коммуникации порождало свою версию этого мифа (см.: [15]). Телеграф, радио и телевидение имели собственных электронных признаков и несли свои угрозы, однако общая “мета-политика речи” об этих средствах коммуникации как носителях альтернативной социальности оказывается весьма схожей.

С этих позиций рассуждения об Интернете как о пространстве альтернативного дискурса представляют собой очередную версию этого мифа. При этом реальный Интернет имеет мало сходства с мифом о нем, созданном в рамках теории дискурса. Любому пользователю хорошо известно, как быстро в пространстве Сети возникают иерархии, появляются сайты с ограниченным доступом и формируются ритуалы, которым необходимо следовать под страхом исключения. Вместо того чтобы превратиться в современную виртуальную агору, Интернет последовательно расслаивается2.

Процесс “приручения” Интернета идет достаточно быстрыми темпами, так что современные исследователи имеют все основания жаловаться на то, что в Сети доминируют процессы “закрытия” и она все больше приобретает черты, характерные для средств массовой информации. В нем преобладают коммерческие структуры, озабоченные исключительно производством и поставкой пользующейся спросом информации. Пользователи, со своей стороны, концентрируются на небольшом количестве наиболее популярных порталов и сайтов и игнорируют возможности для гражданского участия, предоставляемые Сетью. Уже высказываются опасения, что если эти тенденции возобладают, модель Интернета как публичной сферы, основанной на прямом участии граждан в рациональной дискуссии на основе открытого доступа и уважения принципов культурного многообразия, “станет заповедником для кучки твердолобых теоретиков, с одной стороны, и для самых бедных и недопредставленных сообществ – с другой” [10, р. 108], и превратится в маргинальную, не представляющую ни коммерческого интереса для рынка, ни стратегической угрозы для государства. [c. 92]

Поэтому исследователям приходится искать способы формирования новых организационных структур, способных предотвратить коммерциализацию и идеологическое “закрытие” Интернета, признавая при этом, что “понятие “полного участия” является “демократическим воображаемым” или утопией” [4, р. 23].

А это означает, что дискурсивный анализ является не только интерпретирующим, но и мифологизирующим инструментом. Даже тогда, когда использующие его исследователи занимаются демифологизацией массовой коммуникации, они мыслят в логике мифа о “великом сообществе”, в котором будут сняты все существующие ограничения и преодолено неравенство субъектов коммуникации и постоянно ищут нового кандидата на роль уничтожителя неравенства и творца великого сообщества. Именно потому, что в основе дискурсивного анализа лежат мифологические структуры, он и сводится к множеству exempla, проповедующих греховность существующей массовой коммуникации и неизбежность прихода коммуникативного Спасителя.

**Список литературы**

1. Барт Р. Мифологии. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996.

2. Волошинов В. Философия и социология гуманитарных наук. – СПб.: Аста-Пресс, 1995.

3. Ленин В.И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения. // Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 6.

4. Cammaerts B., Carpentier N. The Unbearable Lightness of Full Participation in the Global Context: WSIs ans Civil Cociety Participation // Towards a Sustainable Information Society. – Bristol, 2006.

5. Carpentier N., Servaes J., Lie R. Community Media: Muting the Democratic Media Discourse. // Continuum. – 2003. – Vol. 17. – № 1. – P. 51–68.

6. Culture, Revolt and Repression in the Heart of Italy “Red Belt”. // Radical America. – 1977–1978. – № 11–12. – P. 67–77.

7. Czitrom D.J. Media & the American mind: from Morse to McLuhan. – Chapel Hill: Univ. of North Carolina Press, 1982.

8. Fiske J. Popularity and the Politics of Information. // Journalism and Popular Culture. – L.: Routledge, 1992

9. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. – L.; N.Y.: Routledge, 1991.

10. Frau-Megs D. Civil Society’s Involvement in the WSIS Process: Drafting the Alter-Agenda // Towards a Sustainable Information Society. – Bristol, 2006.

11. Hartley J. Understanding News. – L.: Routledge, 1995.

12. Laclau E. On Populist Reason. – L.; N.Y.: Verso, 2005.

13. Lewis P. Alternative media in a contemporary social and theoretical context. // Alternative Media: Linking Global and Local. – Paris: Unesco, 1993. P. 15–25.

14. Murphy T.S., Smith D.W. What I Hear is Thinking Too: Deleuze and Guattari Go Pop. // ECHO: A Music-Centered Journal. – 2001. – Vol. 3/1.

15. Sconce J. Haunted Media: Electronic Presence from Telegraphy to Television. – L.: Durham, 2000.

16. Spivak G.C. Discussion: Subaltern Studies: Deconstructing Historiography. // Subaltern Studies. – 1985. – Vol. 4.

17. Spivak G.C. In Other World: Essays on Cultural Politics. – N.Y., 1987. [c. 93]

Интернет-ресурсы

18. Jonston M.D. Do exempla illustrate everyday life? – Presented on M/MLA 1994 Convention, Medieval Studies Section, Chicago, 13 Nov 1994.

http://www.georgetown.edu/labyrinth/e-center/johnston.html

19. Shirky C. Power Laws, Weblogs, and Inequality. – First published February 8, 2003 on the "Networks, Economics, and Culture" mailing list.

http://shirky.com/writings/powerlaw\_weblog.html