

ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЕВРОПЕЙСКОЙ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ НА РУБЕЖЕ ХХ-ХХI ВВ.

В. В. Хорольский

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 19 сентября 2016 г.

Аннотация: в статье ставится вопрос о взаимодействии «художественности» и «медиийности», литературы и журналистики в публицистике С. Лема, У. Эко, Ж. Бодрийара и других. Подчеркивается роль образности в научно-популярных текстах, характеризуются модификации стиля публицистики писателей, участвующих в работе СМИ. Анализируются тексты зарубежных авторов с точки зрения их «медиийности». Сделан вывод о необходимости использования произведений искусства слова для приобщения аудитории к чтению научно-образовательной «писательской» публицистики с помощью развлекательных стратегий массовой культуры.

Ключевые слова: художественные ценности, научно-популярная публицистика, массмедиа, развлечение, стиль постмодернистских текстов, массовая культура, гедонизм.

Abstract: the article deals with arts and media cooperation, with literary efforts of non-fiction and artistic writings in proliferating knowledge through mass media. The role of imagery in popular-scientific texts of S. Lem, U. Eco, J. Barnes etc. is stressed, style modifications of science and media -oriented writers are characterized. The texts of prominent authors devoted to science popularization and style of these texts are analyzed. The conclusions are drawn about cooperation of educators and writers via popular entertaining mass media while working out educational strategies in the realm of mass culture.

Keywords: image and artistic values, popular-scientific texts, mass-media, entertainment, postmodern style, mass culture, hedonism.

Писательская («эстетическая») публицистика, тяготеющая к обсуждению проблем научно-технического прогресса и достижений науки, стала важнейшей частью литературного процесса еще во времена Ж. Верна и Г. Уэллса, когда жанр научно-фантастического романа соединился с научной футурологией и социальным проектированием. В ХХ в. наблюдался взрыв интереса к фактографии и научному модусу познания мира. Естественно, что одной из заметных линий развития мировой культуры и литературы в эпоху научно-технологического взрыва стал расцвет научно-популярной публицистики (далее НПП) и философской футурологической эссеистики, о чем пишут часто [1; 2; 8], но далеко не всегда при этом обращается должное внимание на позитивную, хотя и очень скромную роль развлекательных массмедиа в популяризации истинно высокой науки.

Западные авторы-футурологи от Уильяма Морриса до Артура Кларка в своих работах сплавляли «публицистичность» и «художественность», используя гедонистические и развлекательные приемы как в своих романах, так и в статьях, докладах, эссе. Научно-коммуникативная деятельность интеллектуалов всего мира, прежде всего самих ученых и писателей- популяризаторов достижений науки, породи-

ла новый всплеск массового интереса к НПП, что не могло не влиять на мировой литературный процесс [5; 9]. Интерес к научно-популярным изданиям (напр., «Знание – сила», «Наука и жизнь», «Наука и религия», «Geo», «Нэшнл джиогрэфик», «Икономист» и т.п.) всегда был активным, в целом он растет и сегодня, что подтверждает мысль о стремительно укрепляющейся связи науки и СМИ, науки и литературы. Не утратила актуальности и мысль о необходимости постоянного и системного анализа научно-медийного дискурса, что всегда было признаваемо отечественными медиакритиками. Работы А. Акопова, Р. П. Баканова, Ю. Б. Балашовой, С. Кардонского и других ученых, писавших о проблемах науки, показывают, что научно-технические революции являются объектом пристального интереса для публицистов и писателей, в том числе и для создателей текстов НПП в специализированных СМИ [5; 9, 89]. Научность и документальность, медийная устремленность и адресность художественного дискурса западной массовой культуры стали показателем формирующегося в ХХ в. информационного, а ныне, по Кастельсу, «информационального» общества.

Каковы типологические признаки обсуждаемого вида творчества? Во-первых, тематически и проблемно НПП и подобные дискурсы вполне отчетливо маркированы. Событийный ряд в научно-популярных текстах связан чаще всего с поиском учены-

ми истины, созданием рациональной картины мира, расширением горизонтов познания, усовершенствованием техники. Фоновые данные о познавательной парадигме современной литературы позволяют говорить о формировании в НПП, создаваемой по канонам масскультта, релятивно-постмодернистской картины мира, фундируемой в гедонистическом мирочувствовании. Переоценка ценностей абсолютизируется. Все ставится под сомнение, причем полемика сегодня идет по таким магистральным направлениям тематизации НПП, как происхождение Вселенной и человека, покорение космоса и встреча с инопланетным разумом, судьбы культуры и гуманизма в машинном мире, использование науки в военных целях и т. д. Второй отличительной чертой научно-популярных текстов следует считать стилевое «двуязычие», т.е. соединение образно-метафорических и медийно-познавательных стратегий и форм наррации. Бросается в глаза обилие статистических выкладок, цифр, а также специальной лексики, научной терминологии и сленга, профессионального жаргона. В таких текстах строже соблюдаются требования верифицируемости нарратива, хотя при всей близости к научному тексту любая НПП, а тем более близкий ей по духу текущий журналистский материал, не может претендовать на полномасштабное научное освещение сложных проблем. Большинство текстов НПП демонстрируют непредвзято-объективированный, «имплицитный» стиль наррации, предлагающий плюрализм точек зрения, интерес подготовленного потребителя. Тут важна и психология воздействия НПП на аудиторию, стилистика, часто подразумевающая рекламно-пропагандистские цели. Так, в манере европейских журнальных популяризаторов науки привычно сочетание прямого и косвенного способов воздействия на читателя-покупателя, что не исключает элементов строгой научности, предполагает соединение разных концептосфер. Не редкость даже в глянцевых журналах внезапное усложнение языка, который часто никак не назовешь развлекательно-доступным. Но в массовых изданиях подобные стилевые приемы способствуют усилию аргументации, повышению авторитета автора, который может при этом думать не о научной истине, а о продвижении товара или услуги. Чаще и вовсе в популярных изданиях царит культ доступности и развлекательности, царят законы поп-культуры и поп-науки. Но при этом важна та доля истины, которую вносит в массы развлекательный текст на тему истории, географии, психологии и т. д. Чтение фантастики подсказало ученым немало идей.

Есть смысл, сопоставляя медийность и научность в НПП, упомянуть о характере экспрессивизации текстов. В науке внешние эффекты, визуальность, громкие заголовки, смелые неологизмы и т. п. не могут играть определяющую роль, в публицисти-

ке же могут и должны. Экспрессия научного текста иная, чем в текстах, созданных для массмедиа. В этом отношении для развлекательной медиапродукции на научные темы можно считать релевантным признак внешней броскости. Естественно, необходимо принимать во внимание жанрово-стилевые особенности любого научно-популярного сообщения или дискурса. Научно-популярная публицистика, созданная европейскими писателями последних десятилетий, ближе к науке, чем статьи начала XX в., а медийное выступление С. Лема или У. Эко более терминологично, чем выступление в печати Г. Уэллса; но в любом медийном жанре в той или иной мере присутствует рациональность, фактография, опора на данные научного знания, а не только на здравый смысл. Когнитивно-речевые акты в популярных эссе далеки от научности, хотя темы могут быть вполне актуальны и сенсационны. Научность и публицистичность идут в литературе и в СМИ рядом, но первое свойство текстов не столь заметно, у него меньшая интенсивность, а часто и вовсе научный модус мышления автора спрятан в подтексте. Элементы научности в НПП естественны и необходимы, они не противоречат другим свойствам масскоммуникативных процессов (гедонизм, агитационность). Научный модус познания присущ симбиотическому жанру НПП изначально, это конститутивный признак медийности данного жанра, но элементы научного типа отображения действительности не могут занимать центральное положение в системе признаков в медийных текстах как виде текстов, отличных от художественных или научных. Тексты, созданные учеными-популяризаторами (Стивен Хокинг, Ричард Докинз), не всегда являются коммуникативно-направленными мессиджами, подобными заметкам репортеров. Такие тексты вполне могут не устаревать. Они могут долго пребывать в забвении, быть «под спудом», в столе ученого, а потом засиять новым блеском актуальности, чего не скажешь о большинстве журналистских текстов, циркулирующих в СМИ.

Еще одна особенность НПП. Известно, что информации в мире становится все больше: по свидетельству Э. Тоффлера, уже в 1970–1980-е гг. только в США ежегодно объем научной базы увеличивался на 60 млн страниц, ежегодно печаталось до 1000 новых наименований книг, издавалось до 15 тыс. наименований журналов [8, 233]. Сегодня цифры еще более поразительны. В РФ в 2013 г. было издано 120512 наименований книг и брошюр. Ускорение распространения духовно-культурной информации привело к тому, что в последние десятилетия объем научных знаний удваивался в различных отраслях науки в среднем в интервале от 5–7 до 10 лет. Сейчас удвоение объема информации в точных науках происходит раз в 2–3 года [8, 234]. Отсюда и рост объемов статей об НТР. Отсюда и такая стилевая особенность

НПП, как событийность, отражение в публицистическом произведении стремительных перемен и новых событий в области науки и техники, например, в области сетевых коммуникаций.

Огромную роль в современной культуре играет НПП, издаваемая на средства ООН. Журналы ЮНЕСКО можно считать примером соединения научной точности и максимально возможной доступности текстов. Среди них наиболее популярен ежемесячный журнал «Курьер ЮНЕСКО». Следует отметить также такие журналы ЮНЕСКО, как «Музей», «Импакт», «Перспективы», «Природа и ресурсы». Свой вклад в популяризацию науки внесли не только специализированные, но и универсально-развлекательные СМИ. Особенно заметна тяга к сенсационным научным и квазинаучным проблемам в желтой прессе, имеющей большие тиражи и выражающей идеи массового потребительского сознания. Развлекательные СМИ в своих материалах соединяли естественное и сверхъестественное, превращая научоподобные материалы в мифологию нашего времени [3]. Постоянно муссируется возможность посещения нашей планеты разумными существами из других миров, хотя ни одного научно доказанного факта пока нет. К массовым изданиям, популяризующим научные открытия, относятся, например, такие газеты, как «News of world» (4, 78 млн. экз.), «Sun» (4,05 млн экз.), «Mirror» (3,26 млн экз.), «Daily express» (1,98 млн экз.), «Daily mail» (1,86 млн экз.). Они сообщают о научных событиях, не интерпретируя их глубоко. Массовая культура не может глубоко анализировать научный дискурс, но может его популяризовать, привлекая внимание не столько специалистов, сколько широкой публики. И это один из парадоксов эпохи: масскульт, стремясь к коммерческому успеху, пропагандирует успехи ученых, а желтая пресса с одинаковым вниманием следит за достижениями артистов эстрады и ученых, ведь всюду есть шанс для открытий и сенсаций. Примером «глянцевой» НПП может служить международный журнал «Иллюстрированная наука». Сделать познание истины легким удается далеко не всем, но в погоне за читателем почти все стараются быть интересными.

Глобализация, унифицирующая культуры, привела к возникновению единой мировой науки и околонаучной литературы, подтолкнув тысячи авторов к спонтанному поиску стиля, отражающего законы непрерывных изменений, причем темп этих изменений таков, что без художественной фантазии и литературного воображения тут не обойтись. НПП выполняет в этом случае функцию не просто пояснения, а оригинального толкования научных фактов с позиций rationalности здравого смысла. Наука, будучи особым видом познавательной деятельности и наиболее динамичным социальным институтом общепланетарного значения, изначально тяготеет

к мировому диалогу. Глобализм мышления является конститутивным признаком творческого метода авторов-популяризаторов успехов НПР.

Когда мы говорим о современной научно-популярной публицистике, то мы обязаны первым назвать имя польского автора Станислава Лема (12.09.1921 – 27.03.2006), который регулярно на протяжении четырех десятилетий комментировал то, что происходило в сфере науки и техники. Он был известен у нас только как писатель-фантаст, ибо в его публицистике было немало обидного для России, но после перестройки 1990-х гг. у нас появились переводы его статей из сборников «Милые времена» (1995), «Тайна китайской комнаты» (1996), «Пятна на солнце» (1997). Многие его статьи, переведенные на русский язык, были собраны в 2005 году в сборнике «Молох» [7]. В них он выступал как философ, культуролог, футуролог, литературовед (кстати, в «Новом мире» еще в 1970 г. в № 6 печаталась его статья «Мифотворчество Томаса Манна»). Эссе, опубликованные в 1990–2000-х годах, можно рассматривать как единый метатекст и дискурс, репрезентирующий обсуждаемую тему. «Мегабитовая бомба» (1999) – объединила эссе писателя, посвященные проблемам информатики и компьютерных технологий, которые были созданы им по заказу журнала «РС» («Персональный компьютер»). «Мегабитовая бомба» – метафора информационного взрыва. Уже в первом разделе сборника статей, красноречиво озаглавленном «Риск Интернета», С. Лем предупреждает наивных адептов новых технологий: прогресс противоречив! Лем призывал не доверять технократам, не уповать на физику и робототехнику. Он так и писал по этому поводу: «В любом случае не следует доверять опытным специалистам, погрязшим с головой в гуще информационной электроники» [7, 435].

Иногда Лем-футуролог даже слишком осторожен. Он не верил, например, в то, что Сеть станет виртуальной родиной миллиардов пользователей. В «Сумме технологий», в поздних статьях о Сети он тщательно перечисляет опасности прогресса, хотя надежд на скорый невиданный прорыв в 1960-е гг. было гораздо больше. Любопытная деталь: используя термины, Лем обязательно дает пояснение. Эта деталь еще раз подтверждает установку на популяризацию, хотя аудитория Лема далека от малообразованной толпы любопытствующих зевак. Тексты его далеки от газетной клишированности. Бросается в глаза их лексическая маркированность. Вот несколько ключевых лексем и выражений: коммуникации, микрокомпьютеры, развитие сетевой и компьютерной информатики, терабайтовые объемы данных, цифровые энтузиасты, «электронейроновые» узлы (серверы, процессоры, оперативные программы вызова и т. д.). Они отчетливо указывают на принадлежность сообщения к обсуждаемому виду публицистики. Автор – писатель, хорошо

знающий о научном поиске и его рисках, но это человек, который в то же время далек от сугубо научного целеполагания. Его цель – популярно изложить в эссеистической форме свое понимание противоречий прогресса, предупредить читателей об опасностях сциентизма. Защищая науку и знания в целом, автор с восторгом пишет о революционных преобразованиях в информатике. Его стиль патетичен. В то же время патетика становится алармистской, когда речь заходит об издержках. Автор убежден: слишком внезапно вспыхнувшие восторги и ожидания поблекнут» [6, 5]. Это ключевая мысль автора, варьируемая в различных смысловых контекстах. Если брать самый широкий контекст НПП, то лемовский осторожный оптимизм и готовность быть разочарованным создают дополнительную ауру искренности и укрепляют интонационно атмосферу доверия, преобладающую в рассматриваемых произведениях.

Другой особенностью повествования Лема следует считать разговорность слога. Доказательством тому может служить наличие просторечий бытовой метафорики, скажем, упоминаются *компьютеры*, «пережевывающие терабайтовые объемы данных», «ценности необъединенных культур», которые, по мнению автора, «должны были затонуть в "серфинге", оказаться похороненными у провайдеров». Упоминание машин животным подспудно содержит мысль о невозможности создания в Интернете разумных программ, эта проблема волновала Лема до конца его дней (*Ни проблеска интеллекта. Работают они как невольники, по нашему приказу. Пусть им по силам перенести нас в райские кущи "сексуального блаженства" или в "тарпейскую бездну". Однако им не дано отличать бредни (junk mail) от серьезной информации, даже черезвычайно важной*) [7, 189]. Иногда разговорная стихия лемовского эссе подпитывается фразеологизмами и тропами, словами или выражениями, употребляемыми в переносном значении для создания художественного образа и достижения большей выразительности. К его любимым тропам относятся эпитет, сравнение, олицетворение, метафора, метонимия, иногда встречаются гиперболы и литоты. Лем пишет: «*Скорее я признал бы правдоподобными разговоры с коровой или жирафом без посредничества каких-либо компьютеров. Говоря простым языком, кинематографисты пудрят нам мозги*». Идиоматичность языка в последнем случае коррелирует с писательской установкой на экспрессию и образность, что и отличает язык публициста от языка ученого. Иногда, словно пародируя слог науки, эссеист употребляет иронические составные термины типа «серверно-провайдерно-компьютерно-программно-дисковых» (при-способлений). Мотив *похорон* в связи с утратой огромных массивов знания в гигантских сетевых свалках тоже маячит на периферии авторской меди-

тации. Он ссылается на «ядовитые» вирусы в виде микропрограмм, способных разрушать данные, разорвать, «вычистить» всю информацию на жестких дисках либо единным махом (как снаряд, угодивший в цель), либо же с произвольно запланированной и установленной отсрочкой как заряд с детонатором, установленный на соответствующий момент» [7, 470]. Данная цитата убеждает нас в том, что автора волнует не только, а порой и не столько наука, сколько ее гуманитарные аспекты и потенции. Природа человека, раскрывающаяся в диалогах об НТР, становится главным предметом философического исследования. Интернет, как и мирный атом, показал невиданные горизонты научных открытий, но и породил при этом новые угрозы. Скажем, для Лема, Эко, Бодрийара и др. уже в 1990-е гг. стала важной проблема сетевого террора. Авторские вопросы приобретают в этом случае характер инвектив. Почему люди не берегут свой труд, вредят друг другу? Откуда берется зависть к достижениям других? Почему зло так часто торжествует? Почему человек эволюционирует медленнее, нежели наука и техника? Вот лишь некоторые вопросы, пронизывающие эссеистику Лема. Он пишет о настоящих ученых, озабоченных духовным ростом человека, но хорошо знает и о дельцах от науки, о мошенниках, зарабатывающих на квазинаучной деятельности. Врагом науки он называет бюрократа, чиновника-управленца. Однако главным героем его публицистики всегда были идеи. Идеи разные, но неизменно интересные.

И в этом он близок другому современному просветителю – итальянцу Умберто Эко, статья которого «От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст» также может иллюстрировать лучшие стороны современного научно-популярного дискурса. Как известно, Умберто Эко одним из первых заявил о существовании разных и нередко антагонистических культур в сфере Интернет-коммуникаций. Поэтому он призвал вернуться к Гутенбергу там, где речь шла о культуре общения, о глубине человеческих отношений [10, 9]. Идея Эко, как и у Лема, проста: Сеть не превратит виртуальный мир в реальность, но надо не пугаться, а радоваться наступлению виртуальности, свободной от цензуры. Гипертекстуальный диск, по мнению Эко, высказанному 20 лет тому назад, скоро вытеснит книгу научного толка. Но вытеснит ли он художественную книгу? И может ли электронный носитель заменить книгу для чтения, изменить саму природу произведения для эстетического чтения? Риторические вопросы у Лема и Эко имеют общефилософский характер. У Эко пишет скорее художественный, чем научный текст, но точнее такой текст называть научно-популярным. Художественно-образные ресурсы статей Лема и Эко таковы, что их тексты звучат символически, передавая архетипические особенности по-

ведения человека в экстремальной ситуации.

Еще одно имя: Жан Бодрийар. Он известен как один из самых видных теоретиков периода Постмодерна. Но он известен также и как публицист, много сделавший для популяризации своих и чужих взглядов, для понимания эпохи широкими слоями грамотных людей. В частности, он в публицистической книге «Америка» (1986), глубоко проанализировал американский образ жизни, базирующийся на «кажимостях» и виртуальных событиях. В беллетристизированном социологическом по духу эссе, как и в научно-популярном очерке «Общество потребления», Бодрийар пишет о противоречиях общества изобилия, которое построили для себя элитные слои США и Европы. Он выделяет в своей культуроносительской публицистике два вида потребления: естественное (традиционное) и знаковое (характерное для современного общества потребления). Он описывает Америку как страну, где потребление стало не только привычкой, но долгом, гражданской обязанностью, а иногда и доблестью, над чем автор-философ потешается, рисуя США как дурную копию Англии: «Америка – не сновидение, не реальность, Америка – **гиперреальность**. Она **гиперреальна**, поскольку представляет собой утопию, которая с самого начала переживалась как воплощенная. Все здесь реально, pragmatically и в то же время все погружает вас в грязь. Возможно, истина Америки может открыться только европейцу, поскольку он один в состоянии найти здесь совершенный **симулякр**, симулякр имманентности и материального воплощения всех ценностей» [1, 33]. США для французского автора всегда были символом фетишизации машины, символом самоцельного «внегуманного» научного любопытства. Ж. Бодрийар, как и Д. Белл, Г. Кун, Э. Тоффлер, М. Маклюэн, С. Лем, У. Эко, Дж. Барнс, продолжая традиции Э. Беллами, Г. Уэллса, У. Морриса, Дж. Оруэлла и др., создавал свои эссе-антиутопии в ситуации ускорения НПП, что и обусловило содержание и стиль его статей. **Ирония стала непременным элементом рассуждений о будущем.**

Таким образом, научно-технический прогресс, изменяя структуру НПП, делает, по мнению названных авторов, ее в лучшем варианте проводником передового знания, а в худшем – каналом чистого развлечения и даже дезинформации. А миссия НПП проста – просвещение массового читателя и активизация научного поиска. Пока эта простота миссии остается невыполненной и во многих случаях – не выполнимой.

Выходы

Наука сделала литературу и массмедиа мощной силой, рычагом просвещения, что в наше время особенно заметно в развивающихся странах. Одной из заметных линий развития мировой литературы и журналистики стал расцвет научно-популярной публицистики, творчества, где сливаются категории

«художественности» и «медийности». Научно-популярная публицистика в СМИ – это прежде всего публицистика социологическая, социокультурная, а потом уже естественно-научная и любая другая. Напрашивается вывод о ее статусе в системе других текстов культуры. Этот статус, в отличие от статуса самой науки как социального института и совокупности знаний, методов, субъектов деятельности и т. д., обусловлен в первую очередь медийными событиями, суть которых – в фиксации каждодневности и даже сиюминутности, а потом уже данный статус определен историческими процессами и поисками долговременной перспективы. Глубина проникновения в суть явлений является критерием качества больше для науки, чем для СМИ, и, будучи памятниками момента, тексты НПП могут быть вполне шаблонны по форме, стереотипны по содержанию, как многие медийные материалы, но при этом они обязаны быть эстетически оригинальными и ценными с точки зрения художественной самоидентификации автора и читателя, они должны способствовать адаптации индивида к социальным когнитивно-образовательным нормам, помогая ответственно пребывать в «жизненном мире», как его толкуют философы, ориентирующиеся на Э. Гуссерля и М. Хайдеггера. Медийная научно-популярная информация – это духовная субстанция меняющейся на глазах каждодневного рационально-познавательного бытия массового человека; это сила, отражающая и одновременно определяющая и формирующая массовое сознание, вкусы, взгляды, пристрастия публики.

Нужен, думается, более широкий, коммуникативно-культурологический взгляд на тему науки и ее изучения в НПП, в литературных текстах, расчитанных на массового потребителя. Это поможет сохранить традиции и принципы доступности медиапродукта, а также (косвенно) требования гуманизма, сформированные еще в культуре Просвещения. Такие тексты стали не просто зеркалом, отражающим достижения человеческого гения, но популяризатором и помощником в деле коллективного поиска истины, а порой и первооткрывателем важных идей в области социальных наук.

ЛИТЕРАТУРА

1. Больц Н. Азбука медиа / Н. Больц. – М. : Изд-во «Европа», 2011. – 136 с.
2. Бодрийар Ж. Америка / Ж. Бодрийар. – СПб. : Амфора, 2000. – 237с.
3. Бодрийар Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийар // Поэтика и политика. Альманах Российской-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – М. : Институт экспериментальной социологии, СПб. : Алетейя, 1999. – 118 с.
4. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства массовой информации: Англо-русский словарь концепций

и терминов / Л. М. Землянова. – М. : МГУ, 2004. – 326 с.

5. Кардонский С. Кризисы науки и научная мифология. – Режим доступа: http://www.strana-oz.ru/numbers/2002_07/2002_07. (режим доступа – свободный).

6. Лем С. «*Summa technologiae*» / С. Лем. – М., 1996. – 423 с.

7. Лем С. Молох / С. Лем. – М. : АСТ, 2005. – 781 с.

8. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богат-

ство и сила на пороге XXI в. / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2003. – 669 с.

9. Хорольский В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа Запада / В. В. Хорольский. – Воронеж, 2009. – 248 с.

10. Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ / У. Эко; Пер. с итал. Е. Костюкович. – М. : Эксмо, 2007. — 592 с.

*Воронежский государственный университет
Хорольский В. В., доктор филологических наук, профессор кафедры истории журналистики и литературы
E-mail: khorolbox@mail.ru*

*Voronezh State University
Khorolskiy V. V., Doctor of Philology, Professor of Journalism
History and Literature Department
E-mail: khorolbox@mail.ru*