ПРЕССА И ВЛАСТЬ: ФОКУС ГИПЕРБОЛОИДА

УДК 321.01: 070.1

П. Н. КИРИЧЁК

Известно, что любая власть управляет людьми, опираясь на четырехзвенный ресурс – право, волю, авторитет, силу. Из этого властно-оружейного набора журналистика, формирующая медиакультуру, предпочитает авторитет. С короткой поправкой – авторитет публичного слова. Конечно, рейтинг последнего не стоит завышать: слово не дело, а лишь переход к нему. Но если учесть, что на Руси во все времена вначале было Слово (от «Слова о законе и благодати» Илариона до «Слова о Родине» Б. Зайцева), то его значение не стоит и занижать.

Публичное слово – главный атрибут духовной власти, статус которого в нашем Отечестве всегда был необычайно высок. С его помощью совершался переход социальной информации через общественное мнение в социальную энергию, которая проявлялась и в действиях, и в настроениях. Чего стоит, например, дошедшая к нам с начала XX века притча о двух царях в России, реальном и духовном, – Николае Втором и Льве Толстом, когда первый, движитель политической культуры, ничего поделать не мог со вторым, аттрактором медийной культуры, разве что с помощью церковников анафеме (опять же словесно-публичной!) его предать...

Новоиспечённая власть в России обрела в конце XX века своё статусно-ролевое поле, периметр которого недвусмысленно обозначен тремя социально-технологическими маркерами – информационным, коммуникативным, управленческим. Синергия этого поля, образованного пересечением сходящихся «пучком» сфер духовно-практической деятельности, внешне напоминает стихийное движение рынка. Но рынка, уже прошедшего стадию первоначального накопления «идейного капитала», установившего первичные правила поведения в субъект-объектных отношениях по производству, обмену и распределению социальной информации и задавшего качественные параметры сходящей с публичного конвейера медиакультурной продукции.

Правда, как и товарно-материальный рынок, массмедийный тоже склонен к нестабильности, негативно влияющей на состояние медийной культуры: его рабочие модули спорадически взрываются или учредительским переделом «лакомых кусков» медиа-бизнесовой собственности (например, борьба за обладание телеканалами НТВ, ТВ-6, «Независимой газетой»), или агрессивным напором какого-нибудь издания-нувориша, бесцеремонно расталкивающего в поисках собственной ниши своих конкурентов (к примеру, газеты «Жизнь» и «Твой день»).

Жизнь современного медиарынка при всём его плюрализме не отменяет социально-родового его инстинкта – повседневной массовой востребованности политической информации. Если с помощью прессы Россия, по словам А. С. Ципко, «наелась компромата» [3], то до эффекта демьяновой ухи от политики в массовом сознании еще весьма далеко. Неслучайно политическая информация входит в число самых ходовых товаров на медиарынке, заслоняя в газетно-журнальном и радио-телевизионном ассортименте многие темы и проблемы, которые раньше отечественная журналистика вниманием не обходила.

В переменчивом поле духовной практики, свойственном переходному обществу, каким является пореформенная Россия, чётко нарисовались, по наблюдению И. И. Засурского, две тенденции – политизация медиасферы и медиатизация политики: «Это такой процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство средств массовой информации» [4, с. 79]. Лучше, пожалуй, не скажешь: на самом деле, властный вектор политики и информационный вектор прессы сходятся, как в фокусе гиперболоида, и сливаются в единый «пробивной» луч социальной коммуникации, нацеленный в естественную мишень – социальную организацию в заданном управленческом режиме, который характеризуется высоким, средним, низким уровнем медийной культуры.

Представляясь властью духовной, пресса не может не изучать и не интерпретировать природу и фактуру власти политической. И делает это она через публицистику, которая определяется как сущностный наполнитель журналистики. В поле журналистики политика средствами публицистики познаётся, оценивается, преобразуется в основных моментах её проявления на поверхности общественной жизни. И вполне закономерно, что журналистика экстраполирует в свой публицистический

арсенал основные политологические приёмы и методы познания окружающей действительности. При этом, беря многое из политологии, журналистика в своём конкретном продукте – публицистике – обычно не теряет собственного лица, если не пренебрегает медиакультурными постулатами.

Во все времена миром правит людской интерес – материальный и духовный. Прежде чем реализоваться, он вынужден заявляться – либо скрыто, либо публично, определяясь как посыл к действию. В первом случае интерес апробируется в разговоре на кухне, во втором – он оформляется в массовой коммуникации, маркируясь медиакультурными измерителями. Здесь, в сфере информационно-коммуникативной публичности, человек ищет в первую очередь отражение своих жизненно важных потребностей, отличающихся большим разнообразием: экономических, социальных, правовых, культурных (в локальном смысле), моральных и др. Но, сведённые воедино, интересы людей, как правило, имеют общий субстрат – политический как «обобщенное выражение потребностей, идеальных стремлений и деятельного начала в политическом сознании социальных групп и индивидов» [5, с. 166].

На самом деле, интерес политический в диалектической сумме всех других его «сродственников» представляет генерализующее значение интегрированных человеческих потребностей. И здесь нет ни грана политикоцентризма, аналогичного недавно доминировавшему экономикоцентризму, согласно которому, в критической трактовке А. С. Панарина, «основные человеческие мотивации сосредоточены в сфере материальных интересов» [6, с. 18]. Для человека неполитического (в деятельном смысле), самоотвергающего статусную роль актора политики и часто переключающего телеканалы с надоевших политических тусовок а-ля Познер на другие программы, тем не менее, не вызывает сомнения реальный примат этой сферы жизни над остальными. Весь приобретаемый человеком социальный опыт, подпитываемый общественно значимой массовой информацией, непрестанно столбит в его подкорке две очевидные психологические установки, переходящие в индивидуальные, групповые, классовые, общественные ожидания и стремления.

Во-первых, «хорошая» политика при легитимной власти может принести гражданам много добра: реально осуществить цивилизованные (гуманистически-ценностные) формы гражданского права (бесплатным образованием, умеренно-платным жильем, равным доступом к информации, честным проведением избирательных кампаний), культуры (развитием кадрово-учрежденческой инфраструктуры, государственным патронажем высокоидейных художественных произведений), морали (настроем системы социализации на принцип «человек человеку – друг»), а экономику превратить в страну Эльдорадо, делающую жизнь для всех, а не только избранных, граждан достойной.

Во-вторых, «плохая» политика при легитимной власти может наделать много зла: реально превратить формальное право в фактическое бесправие (подделкой голосов избирателей на всеобщих выборах), культурное – в бескультурное (засильем «чернухи, мокрухи, порнухи» в литературе, театре, кино, на телеэкране), нравственное – в аморальное (переделом системы образования и воспитания на антигуманный манер), а экономику развернуть на вектор «пушки вместо масла» или доходы от неё отправлять не в народный карман, для улучшения жизни большинства населения, а в олигархический кошель, для процветания владельцев заводов, газет, пароходов (150-метровых личных яхт) и зарубежных футбольных клубов, когда свои элитные, вроде московского «Торпедо», опускаются в низший дивизион.

Судить о том, «хорошая» или «плохая» политика его окружает в данный момент, человек может по двойственному индикатору: а) отражению реальности – личному социальному самочувствию и б) отражению отражённого – образу политики и политиков в прессе. При этом два профильных интереса – политический и информационный – образуют устойчивый социокоммуникативный симбиоз, который характеризуется различными медиакультурными свойствами. Как подметил В. А. Сидоров, «журналистика как особая сфера и форма деятельности человека естественно проявляет себя во всех областях социальной жизни. В этом она подобна политике. Такое сходство отнюдь не случайно, оно подчеркивает общность генезиса политики и журналистики. И примат политики очевиден, как и её первородство» [7, с. 145].

Известно, что основу политики составляет предельный «концентрат» людских интересов (желаний и стремлений), делегированных для практического удовлетворения особым группам людей, специально (и профессионально) занимающихся деятельностью по поводу власти. Медиакультурная пресса, которая по долгу службы отбирает из окружающей действитель-

ности самое важное и самое интересное, фактически обрекается, во-первых, на отражение генерализующей повседневную жизнь силовой линии — политики и, во-вторых, на вторжение в эту область социальных отношений.

Итак, с одной стороны — отражение политического процесса, или информирование (эффект прямого зеркала), когда журналистика рисует его в качестве объекта таким, какой он есть, в адекватной микромодели причинно-следственных связей, без вынесения оценок политике и политикам и стремления к её «переделке» на лучший (худший) лад. Это информационно-коммуникативный подход прессы к политике, где существует меньше риска продуцировать в обществе низкую медиакультуру. Хотя, как считает С. Г. Корконосенко, журналистика «служит как бы увеличительным стеклом при выражении социальных взглядов, эмоций и суждений, даже если оценочность тщательно маскируется под объективность, соответственно, идеологизируются и отношения, которые складываются вокруг и по поводу СМИ» [8, с. 82].

С другой стороны — вторжение в политический процесс, или преобразование (эффект сферического зеркала), когда журналистика рисует его таким, каким он должен (или не должен) быть, в неадекватной микромодели причинно-следственных связей, с вынесением оценок политике и политикам и стремлением к её «переделке» на лучший (худший) лад. Это коммуникативно-управленческий подход прессы к политике, где существует больше риска продуцировать в обществе низкую медиакультуру. Хотя, как полагает Е. П. Прохоров, «властные полномочия» журналистики носят не обязательный для исполнения, а убеждающе-консультативный характер; замечания и предложения журналистов — это всего лишь выражение суждения общественности..., а не решения законодательной, исполнительной или судебной власти» [9, с. 79].

Для самой же политики пресса теоретически является и фактическим местом обетования, и публичным способом выражения, и аксиологическим «чистилищем» поставленных целей и используемых властными структурами, партиями, движениями средств, а также инструментальным полигоном для обкатки различных моделей социально-экономической и культурно-нравственной инженерии. Другое дело — как она с этой многосложной ролью практически справляется. По мнению Я. Н. Засурского, «экономические трудности сделали журналистов уязвимыми для давления различных структур — государственных, частных и даже криминальных. Журналистика России сегодня напоминает гадкого утенка, который барахтается, пытается плыть против течения и еще находит в себе силы сказать правду о том, что происходит в России и мире» [10, с. 57].

Насчёт правды — вопрос спорный: по многим признакам современная журналистика всё дальше уходит от своего миссионерского предназначения — публичной аккумуляции добра, истины, справедливости, тем самым разжижая нравственную консистенцию формируемой в обществе медийной культуры. Пресса всё больше зацикливается на исполнении родовых функций — «информирования» граждан и «посредничества» между властью и народом. Как специалист, отработавший в газетах пятнадцать лет и преподающий журналистику в вузах уже двадцать лет, считаю, что арсенал отечественной прессы, содержащий множество ресурсов: образовательный, нравственный, эстетический и др. — скуднеет на глазах. Сегодняшняя журналистика нещадно эксплуатирует два ресурса — политический и экономический. Соответственно, она увлекается исполнением в основном двух ролей — партнёра власти и «охотника» за прибылью. При этом педалирующая на политико-экономический концепт журналистика неизбежно снижает для себя порог ответственности за будущее.

И это не удивительно: одно дело отвечать за исполнение социальной миссии и совсем другое — за отправление родовых функций. Здесь разные масштабы информационно-коммуникативной деятельности — и разные уровни социально-нравственного императива. Тому пример — подходы прессы к освещению громко заявленной властью административной реформы. Ради чего она в принципе затевалась, причём по старой российской традиции в верхних эшелонах власти, — получить вразумительный ответ на этот главный вопрос гражданам страны вряд ли удалось...

Из вывода о сущностно-природной контактности журналистики, производящей публицистику, и политики, порождающей власть, в рамках акторского освоения (различными способами) окружающей действительности с учётом медиакультурных норм и правил проистекают две формы бытия журналистско-политического синтеза, связанные, по выражению А. С. Панарина, «с коллизией номинализма и реализма» [11, с. 22], — идеальная и предметная. Наивысшее выражение они находят в политической журналистике, которая, по мнению В. А. Сидорова, «артикулирует интерес эпохи» [12, с. 175].

1. В идеальной (номиналистской) форме синтеза (на основе высокой и отчасти средней медийной культуры) – журналистская публицистика выступает тенью политики (власти). Журналистская публицистика как бы «венчается» с политикой (властью), связывается бессрочным браком без права на развод. Но связь журналистской публицистики и политики (власти) по модальной основе не являет собой отношения жены-служанки и мужа-господина. Перефразируя известные слова К. Маркса, можно сказать, что в той же мере, в какой журналистика с публицистикой является результатом политики с властью, она также и создает эту политику с властью. Журналистика с публицистикой – это вербально-визуальный модус политики с властью в рационально-эмоциональном измерении, или отражение их содержательно-формальных проявлений как своеобразное «наглядное пособие» по анатомии и физиологии политических процессов. Без производимой журналистикой публицистики люди страдали бы политической слепотой и совсем бы не ведали, что делается в столь важных для жизни человека коридорах власти.

Далее связь журналистики (публицистики) с политикой (властью) переходит из онтологической плоскости в аксиологическую. С одной стороны, политика (власть) с помощью журналистики производит на свет публицистику как «альтер эго», отражающее содержание и форму своей прародительницы. С другой стороны, журналистика с помощью публицистики корректирует политику (власть) в качестве эффективного способа её самонастройки. Политика есть содержание публицистики, а публицистика есть суждение о политике. Без политики нет публицистики вообще, без публицистики нет хорошей (цивилизованной) политики.

В то же время и политика (власть) непреложно предполагает в качестве неотъемлемого элемента собственного переменчивого бытия не только информационно-отражательное, но и оценочно-корректирующее свойство публицистики (журналистики). И в этом смысле публицистика по отношению к политике является «второй» (по-иному – черновой, предварительной, оперативной) политологией. По словам В. Т. Третьякова, «политическая журналистика есть квинтэссенция журналистики вообще. Политическая журналистика – это оперативная и тактическая, каждодневно отправляемая прикладная политология» [13, с. 586]. Регулярно смотрясь в зеркало публицистики (журналистики), политика (власть) вынуждена накладывать благородящую косметику на возможные малопопулярные цели и неблаговидные средства их достижения.

Дальше – больше: с позиций формационного подхода к социальной действительности политика (власть) выступает своеобразным базисом по отношению к публицистике (журналистике), а та, в свою очередь, является адекватной надстройкой. В этой информационно-коммуникативно-управленческой системе прямые связи, несомненно, выражаются сильнее, нежели обратные, но и они, в том числе, обладают внушительной способностью влиять на свой первоисточник. Публицистика, являясь массово-информационной формой бытия политики, логично содержит в себе инобытийное свойство – обратное (аксиологическое) влияние на порождающую её политическую среду, которая отражается, интерпретируется, преобразуется журналистской деятельностью с учётом высокопробных образцов медийной культуры.

Влияние прессы на политику бывает двух видов – преобразовательное и коммуникативное. Первое связано с «переделкой» политики и политиков в лучшую сторону путём давления на них силой общественного мнения – главного оружия «четвёртой власти» (термин О. Бальзака). Второе связано с политизацией (в хорошем смысле) населения страны или региона путём тиражирования соответствующих знаний и культуры, что отмечает В. Д. Попов: «Главной целью политической журналистики является теоретическое обеспечение процессов формирования политической культуры социума» [14, с. 15].

Вопрос навскидку вызывает здесь термин «теоретическое» – не слишком ли много для журналистики с публицистикой? Нет, не много, если учесть, что в обоих случаях – и «переделки» политики, и политизации населения – журналистика при помощи публицистики обязывается (по модальным началам) калькулировать политику с претензией на истинность и объективность суждений и оценок. И потому публицистика не может в этом деле не опираться на строго научную политологическую основу, дающую соответствующее знание на теоретическом уровне. Хотя одна методологическая оговорка здесь не помешает: по мнению А. А. Тертычного, «журналистику интересуют не столько фундаментальные закономерности происходящего в мире (это задача науки), сколько сегодняшнее состояние явлений, событий; их взаимосвязи на данный день, их влияние на сегодняшнюю жизнь людей» [15, с. 22].

2. В предметной (реалистской) форме синтеза (на основе не только высокой и средней,

но и низкой медийной культуры) – политика (через политологию) и журналистика (через публицистику) способны образовать различные модули структурно-функционального симбиоза. В том числе – весьма далёкие от идеальных (номиналистских) конструкций, не сумевших пройти от «а» до «я» верификационные испытания в пореформенное время. В принципе, такая опасность идеально-предметного параллакса в периметре «политика – журналистика» существует всегда. И при злом царе-автократе Горохе, и при добром царе-демократе Салтане: как точно подметил А. К. Симонов, «слово – главный инструмент политики, поэтому состояние свободы слова и обеспечивающие её законы – это, как правило, результаты большой политической игры, в которой пресса, непосредственно этим словом оперирующая, всегда рискует сама превратиться в политический инструмент» [16, с. 5].

Кстати – об инструменте духовно-практического свойства. Что бы ни говорили о «неинструментальности» современной журналистики, каких бы модных экивоков на счет её информационной (а не функциональной) природы сегодня ни делали (типа: «Все эти «функции журналистики» – лженаука, шарлатанство») [17, с. 388], всё-таки она является феноменом, несущим в себе ген воспитания и организации людской массы, или по-другому: деятельностью, занимающейся переделкой сознания и поведения человека, в том числе – их политического профиля. Но переделывать политическое сознание и поведение индивидов и групп средствами публицистики можно как в хорошую (на основе высокой медиакультуры), так и в плохую (на основе низкой медиакультуры) стороны. Во многом такой социокультурный результат зависит от духовно-практической доминанты в журналистском процессе на каждый данный период, соответствующий определённой шкале политических координат.

В настоящее время как в политике, где по партийным спискам покупаются депутатские места даже в Государственную Думу, так и в журналистике, господствует гипертрофия властных полномочий и товарных отношений, которые, в отличие от западной прессы, в нашей отечественной проявляются в почти открытой форме: «Деньги – огромное искушение, – заметила журналист Ю. Калинина. – Какие сумасшедшие суммы предлагают за то, чтобы ты написала нужную заказчику статью! Если встать на этот путь, можно решить все свои проблемы. И квартиру купить, и машину...» [18, с. 43].

Между тем универсальное правило из мировой социальной практики, не раз уже проверенное и при капитализме, и при социализме, гласит: как только в духовную сферу вторгаются деньги и начинают играть там главенствующую роль, то рано или поздно всё загнивает на корню: и культура, и искусство, и спорт, и политика, и журналистика, ведь предназначение последней весьма далеко отстоит от простого зарабатывания её служителем себе на пропитание... Как говорил К. Маркс, «главнейшая свобода печати состоит в том, чтобы не быть промыслом» [19, с. 81].

Это – факт: «промысел» в журналистике ударяет, в первую очередь, по механизму коррекции политики средствами публицистики, отступающей от критериев высокой медиакультуры. Последняя в данном случае либо частично, либо полностью утрачивает свои основные сущностно-функциональные характеристики в формате политико-журналистского синтеза в его идеальной (номиналистской) форме. Эти общественно значимые утраты выражаются в следующем:

а) журналистика (через публицистику) делает своим содержанием сознательно деформированную вербально-визуальными средствами политику (по обоюдному согласию или одностороннему несогласию): по этой причине публицистика перестает быть объективным «наглядным пособием» по анатомии и физиологии политических процессов и вводит в заблуждение миллионы людей искажённым их отображением с намеренно запутанным в нём причинно-следственным механизмом политической жизни;

б) политика (через) журналистику эксплуатирует оценочно-корректирующее свойство публицистики с корыстной (камуфляжной) целью – выглядеть в общественном мнении в более выгодном свете, чем это есть на самом деле: в таком информационно-коммуникативном варианте публицистика по отношению к политике перестает быть «второй» (по-иному – черновой, предварительной, оперативной) политологией, так как засоряет предполье политической науки недобросовестными фактами, спорными аргументами, ложными выводами;

в) аксиологическая природа журналистики (через публицистику) фактически теряет, во-первых, преобразовательную силу – способность к «переделке» политики и политиков в лучшую сторону с помощью общественного мнения и, во-вторых, коммуникативную силу – способность к политизации населения страны или региона путём массово-информационного

тиражирования качественных политических знаний и высокой политической культуры;

г) в обоих случаях — и «переделки» политики, и политизации населения — журналистика в форме публицистики часто отходит от модальных — сущностно-природных — начал и калькулирует политику без претензий на истинность и объективность суждений и оценок: при этом журналистика сознательно ориентируется не на интересы большинства управляемых (массы), а на интересы меньшинства управляющих (элиты), вступая с ней в инфократический сговор;

д) политика (власть) понуждает журналистику (публицистику) преднамеренно отказываться от модальных экзерсисов в адрес политической власти, основанных на трёх постулатах — правдивости, разумности, справедливости: публицистика уходит от обязанности непрерывно навязывать власти эту формулу политической морали и, тем самым, «редактировать» (улучшать) её общественным императивом, а в худшем варианте — хотя бы заставлять власть делать вид, что она разумно-правдивая и гуманно-справедливая, и соблюдать внешние приличия, принятые во всем цивилизованном мире.

В итоге пореформенная политика (через адекватную журналистику) производит на свет, в основном, лукавую публицистику, целенаправленно искажающую её содержание и форму (либо в лучшую, либо в худшую сторону — в зависимости от информационного заказа извне или изнутри): по этой причине публицистика перестаёт быть объективно-корректирующим политику механизмом её самонастройки и деформирует в массовых представлениях индикаторы «хорошей» и «плохой» политики.

И тут есть смысл напомнить, что уже в пражурналистских явлениях, возникших из общественной необходимости в сборе, обработке и распространении социально значимой информации, проглядывает другое, более важное — позитивная или негативная оценка происходящего вокруг, в том числе в политической сфере действительности. Причем оценка не статично-нейтральная, а динамично-действенная, с непосредственным или опосредованным выходом на массово-востребованный позитивно-практический результат. Отсюда следует, что в принципе журналистика сначала порождается, а затем содержится генерализованным политикой обществом в рабочем состоянии, в первую очередь для того, чтобы постепенно уменьшать в его бытии «количество» зла и приумножать «количество» добра, в чем, собственно, и состоит социальная (конкретно: политическая) миссия журналиста — изначального производителя высококультурного медиапродукта.

1. Социальная информациология: Словарь. М. : Изд-во РАГС, 2006.
2. Кириллова Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2008.
3. Ципко А. Россия наелась компромата // Литературная газета. 2003. 3–19 декабря.
4. Засурский И. И. СМИ и власть. Россия девяностых / Средства массовой информации России / И. И. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2005.
5. Российская социологическая энциклопедия. М. : НОРМА-ИНФРА*М, 1998.
6. Панарин А. С. Философия политики / А. С. Панарин. – М.: Новая школа, 1996.
7. Сидоров В. А. Журналистика в политической системе общества / Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / В. А. Сидоров. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004.
8. Корконосенко С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2001.
9. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2003.
10. Засурский Я. Н. Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества // Средства массовой информации России / Я. Н. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2005.
11. Панарин А. С. Философия политики / А. С. Панарин. – М. : Новая школа, 1996.
12. Сидоров В. А. Политическая журналистика как профессиональная специализация / Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия / В. А. Си-доров. - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004.
13. Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом / В. Т. Третьяков. – М. : Ладо-мир, 2004.
14. Попов В. Д. Журналистика как политическая наука / В. Д. Попов. – М. : Изд-во РАГС, 2004.
15. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000.
16. Симонов А. К. Саморегулирование как самосохранение / Саморегулирование жур-налистского сообщества: опыт и проблемы жизнедеятельности. Перспективы становления в России / А. К. Симонов. – М. : Фонд защиты гласности, 2003.
17. Пархоменко С. Б. Журналистика прошлого и настоящего – две разные профессии / Пресса в обществе (1959-2000). Оценки журналистов и социологов. Документы / С. Б. Пархоменко. – М. : Изд-во Моск. школы полит. исследований, 2000.
18. Калинина Ю. Нам повезло, нам выпало десятилетие фантастической для нашей страны свободы / Десять интервью о политической журналистике / Ю. Калинина. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000.
19. Маркс К. Дебаты о свободе печати и об опубликовании протоколов сословного собрания / Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 1.