

УДК 82-92

Ю.М. Ершов

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ РОССИИ

Анализируются взаимоотношения общества, власти, бизнеса и прессы, а также роль СМИ в демократизации страны и построении гражданского общества. Исследование носит междисциплинарный характер и будет интересно теоретикам журналистики, коммуникативистам, политологам и философам. Некоторые тезисы и рекомендации автора могут быть использованы в политической практике при выработке информационных стратегий.

В общественном дискурсе последнего десятилетия самыми обсуждаемыми понятиями были и остаются суверенная демократия, гражданское общество и независимая пресса. Все эти понятия часто мифологизируются или подменяются в процессе полемики. Демократия в её исходном смысле как народовластие или правление большинства была возможна, пожалуй, лишь в античных Афинах. При расширении ареала проживания и росте численности населения, при дифференциации социальной структуры и углублении социального неравенства прямое народное правление становится невозможно. Институты народного представительства (городское собрание, областная Дума, двухпалатный парламент Федерации) до какой-то степени обеспечивают участие граждан в политике, но достаточно формально. Решения всё равно принимаются не на выборах и референдумах, а во властных кабинетах чиновников.

Не везде, где на вывеске написано слово «демократия», она существует на самом деле. Этот вывод содержится в исследовании 2008 г. Фонда Бертельсмана [1. С. 1]. Как следует из него, формально количество демократических государств в мире увеличилось. Однако на практике они все чаще превращаются в скрытые автократии. Между тем демократия как теоретический конструкт удивительно живуча. Говоря о современной демократии, в виду имеют набор правовых и политических институтов, призванных обеспечивать гражданам определенное меню личных, политических, экономических и других прав и свобод, участие всех желающих граждан в управлении государством, учет их интересов и мнений при выработке и реализации государственных решений. В этот набор обязательно включают и прессу. Влиятельные и независимые СМИ являются системообразующим компонентом политического режима (наряду со свободным рынком идей и политической публичностью).

Но нет ничего более спорного, чем определение независимости средств массовой информации, встраиваемых в систему народовластия. Российская пресса не может быть независима уже потому, что она обеспечивает себя едва ли на 20–30 процентов, а остальное выпрашивает у власти и бизнеса. СМИ зависят от учредителей и инвесторов, рекламодателей и спонсоров, партийных штабов и политической конъюнктуры, больших чиновников и

аудиторных рейтингов. Спустившись на уровень практической политики, мы нигде не обнаружим бездефектной демократии. Почти везде правят олигархии всевозможных типов. Спорить с этим наивно. Как, однако, и с тем, что современным олигархиям – так уж сложилось в силу множества факторов, в первую очередь из-за роста населения и увеличения доли образованных и занятых интеллектуальным трудом, – нужно всячески камуфлировать себя демократическими институтами, декорировать себя «независимой прессой», задабривать электорат, покупать лояльность журналистов.

Такой же абстракцией, если разобраться, является и суверенитет. Любое государство теоретически обладает суверенитетом, т. е. независимостью во внешней политике, самостоятельностью во внутренних делах, территориальной целостностью и верховенством национальных интересов. На практике же, поскольку государствам необходимо сотрудничать (и все постоянно норовят вмешиваться в дела друг друга), суверенитета в полной мере нет ни у кого. Хотя многие, как сербы и косовары, абхазы и осетины, тем не менее к суверенитету реально стремятся. Можно сказать, что суверенитет есть претензия на независимость, интенция самостоятельности, защита автономии. Политические результаты у всех, разумеется, разные. Одни государства терпят неудачу и остаются на вторых ролях, а то и в зависимости, другие добиваются хотя бы невмешательства в свои внутренние дела, третьи становятся державами, приобретая права и возможности влиять на другие страны, участвовать в выработке международных правил игры через наднациональные институты.

По Конституции РФ, «Президент Российской Федерации принимает меры по охране суверенитета Российской Федерации, ее независимости и государственной целостности...» [2. Ст. 80]. В последнее десятилетие наряду с военной, энергетической, продовольственной безопасностью в концепцию национальной безопасности стали включать и информационную безопасность. На законодательном уровне информационная безопасность страны ограничивает право на приобретение медиа-активов нерезидентами Российской Федерации, на уровне исполнительной власти – выстраивание государственных холдингов СМИ и сшивание «единого информационного пространства» страны, на уровне контент-стратегий – усиление патриотической, державной и пропагандистской составляющей в содержании не только государственных медиа-каналов, но и негосударственных (через механизмы «социального заказа», «муниципального заказа» и проч.).

Таким образом, в отстаивании суверенитета или в стремлении к суверенитету национальной прессе принадлежит сугубо инструментальная роль информационной поддержки той или иной политики, национальных проектов и т.д. Самостоятельная роль партийной публицистики как генератора проектов будущего, как организатора рынка политических идей осталась далеко в прошлом – в периоде буржуазно-демократических революций, породившем метафоры прессы как четвёртой власти, как контролёра правительства и сторожевого пса демократии. Однако время от времени эти сравнения извлекаются из забытого лексикона и запускаются в речевой оборот как актуальные и поныне образы, если власти требуется подтвердить демо-

кратический режим правления. Вот, дескать, есть у нас в стране «Новая газета» и «Эхо Москвы», очень критично настроенные к Кремлю.

Концепция суверенной демократии [3] претендует на выражение силы и достоинства российского народа через развитие гражданского общества, надежного государства, конкурентоспособной экономики и эффективного механизма влияния на мировые события. Опуская контракты с известными западными PR-агентствами на формирование положительного образа trade mark «Россия» и возобновление иновещания в эфире нового телеканала «Russia Today» как наиболее очевидных недипломатических и невоенных механизмов влияния на мировое общественное мнение, сосредоточимся на понятии «гражданское общество» в связи с российскими СМИ. Является ли журналистская корпорация опорой гражданского общества и гарантией свободы слова?

Широко известны два определения гражданского общества. Одно – узкое: гражданское общество является совокупностью всевозможных неправительственных организаций. Это сеть ассоциаций, союзов, гильдий, в которые граждане входят по собственной инициативе для самых разных целей: профессионального общения, коллективной защиты своих интересов и т.д. В этом определении гражданское общество совпадает с так называемым третьим сектором, образованным организациями, которые не являются ни государственными, ни коммерческими. Понимаемое таким образом, гражданское общество является важным фактором политической стабильности и общественной гармонии, уравнивает баланс между бизнесом и властью.

Другое, расширительное определение понятия (менее официальное и не столь используемое в научной литературе) заключается в том, что гражданское общество – это сами граждане в их политических связях. Другими словами, российский народ и есть гражданское общество. И в этом своём качестве народ – партнер и контрагент власти. Общество суверенно, а власть выступает в качестве его агента: она действует по поручению общества, в его интересах и должна быть подотчетна ему. Таким образом, гражданское общество – это сфера, противостоящая государству, но не отделённая от него, а неразрывно связанная с ним множеством взаимодействий, через которые интегрируются общественные и частные интересы.

Если в узком и специфическом понимании гражданское общество в нашей стране сложилось в предыдущие 20 лет (только в Томске зарегистрировано более 1000 НКО), то в широком понимании его нет. Не сложилось суверенности гражданина, партнёрства индивида с государством в политической сфере, реальной подотчётности органов власти обществу. Виной тому и традиционный патернализм, укоренившийся в российской практике трудовых и политических отношений; и вымывание интеллигенции из структуры нашего общества, и аномально гигантский разрыв в доходах самых богатых и самых бедных слоёв населения, препятствующий возникновению «среднего класса». Но наиболее ярко отдалённость идеалов гражданского общества можно увидеть на примере российской прессы, которая призвана развивать гражданское сознание и сама становится институтом гражданского общества.

Анализ включенности СМИ в формирующееся гражданское общество нужно вести в правовом, экономическом и политическом поле. Усложнение государства и развитие права привело к тому, что практически все сферы общественных отношений и самой человеческой жизни так или иначе подпали под правовое регулирование, а значит, под государственный контроль. И современное гражданское общество всесторонне регламентируется государством, вопрос лишь в степени детальности (принудительности) этого регламентирования и его эффективности. Огрубляя реальные отношения, можно сказать, что государству нет особого дела до общества филателистов, клуба собаководов или кружка уфологов, но у организации, проповедующей национал-экстремизм или религиозную рознь, возникнут проблемы. Не до всех обычно доходят руки, но тут главное принцип.

То же касается и средств массовой информации. Если это газета «Рыболов – охотник» или «Футбол – хоккей», то пусть редакция исправно платит налоги, и довольно с неё. Но если появляется тиражное периодическое издание или рейтинговый телеканал, обсуждающий вопросы власти и общественной жизни, то у государства есть для регулирования этого СМИ множество нормативных актов и оригинальных практик, позволяющих закрыть или приостановить деятельность данной редакции. Можно парализовать работу СМИ предписаниями пожарной охраны, выемкой бухгалтерских документов судебными приставами или проверкой лицензионного программного обеспечения на редакционных компьютерах. Вологодская и волгоградская газеты оказались на грани закрытия из-за публикации карикатур на религиозную тематику. За журналистов этих изданий вступилась Общественная палата РФ, но не всегда голос общественности слышен властям.

В экономическом поле массовых коммуникаций многое определяют вопросы собственности. Кто платит за тиражирование и эфир, заказывая ту или иную музыку СМИ? Сегодня пресса — и электронная, и печатная — находится преимущественно либо в руках государства, либо во владении крупных финансово-промышленных групп. Такая ситуация не может не сказаться на объективности и разнообразии информации, отражении в средствах массовой информации всего спектра общественных интересов. Поскольку политика и предпринимательство в переходный экономический период сливаются воедино, то политическая пропаганда и бизнес-стратегии также не разделены демаркационной линией. Во второй половине 1990-х СМИ начали с травли политических оппонентов Б. Ельцина, а закончили информационными войнами за «Связьинвест» и другие лакомые активы. Многие редакции стремятся получить федеральный или муниципальный заказ, подрываются на «информационное сотрудничество» и публикацию пресс-релизов.

Редакции СМИ представляют интересы крупного капитала, чиновников и депутатов (региональной элиты). Можно сказать, что верхушка журналистского корпуса сама входит в состав региональной элиты (доверенные журналисты и редакторы, ведущие медиа-менеджеры), поскольку доступ к массовой аудитории есть символический капитал, который переводится в капитал административный, денежный и разные другие дивиденды. Разобщённые, атомизированные читатели (зрители и слушатели) со своими мизерными зарплатами, прохуdivшимися крышами и другими неразрешимыми про-

блемами находятся на периферии профессионального сознания журналистов, обслуживающих, прежде всего, олигархические интересы региональных элит. От аудитории СМИ проку прямого нет, раз на доходы от подписки или розницы не проживёшь, а заработаешь только на политических и рекламных заказах. Поэтому редакции становятся сервисными компаниями (сдаём напрокат аудиторию), а журналистика – сервильной профессией (чего изволите?).

Можно было бы ожидать, что новая генерация журналистов, граждански мыслящих, возникнет с ростом третьего сектора и в недрах некоммерческих организаций. Но общественные организации за последние 15–20 лет не только не сформировали свой отряд прессы, но растеряли даже то, чем владели в предыдущий период. Скажем, газета «Труд» была когда-то самым тиражным изданием, соперничающим по влиятельности с «Правдой», «Известиями» и «Комсомолкой». Сегодня «Труд» – это частная компания (АНО), никакого отношения к профсоюзам не имеющая и интересы рабочих не защищающая. В Томске сохранилась газета «Действие», учрежденная и финансируемая Федерацией профсоюзных организаций Томской области. Но так же, как у самих профсоюзов былой влиятельности нет, у профсоюзной газеты нет широкого распространения и общественной поддержки.

Из-за невыстроенности внешних коммуникаций НКО мы не обладаем информацией о достижениях некоммерческих организаций, ничего не знаем об опыте работы общественных организаций в других регионах, о социальных технологиях решения схожих проблем. К примеру, на средства гранта Глобального фонда (более 250 млн руб.) успешно была реализована «Томская областная комплексная стратегия сдерживания и контроля за туберкулезом». Даже медицинская общественность Томска не знает в лицо инициаторов и исполнителей этой программы, да и достижений других общественных организаций. Потому что грантодателям ушёл полный отчёт, а на одном малопосещаемом сайте размещен сухой пресс-релиз, в котором сказано, что смертность от туберкулёза в Томской области за последний год снизилась на 20 процентов.

Можно приводить и другие примеры маргинализации общественных организаций и их печатных органов. Это было бы ещё полбеды, если бы между профессиональными СМИ и «третьим сектором» сложились взаимопонимание и диалоговые отношения. Увы, многие журналисты не видят информационных поводов и вообще общественной значимости в деятельности НКО. Нельзя сказать, что журналисты в этом отношении как-то особо глухи и слепы. Социологические опросы в масштабе всей страны показывают, что только пять процентов населения верит, что негосударственные некоммерческие организации могут как-то повлиять на политику. СМИ просто транслируют общественное недоверие к призывам и декларациям, умножая его ещё и на профессиональный цинизм «солдат партии» и доверенных лиц власти.

В политическом поле нарушено одно из условий существования гражданского общества – публичность. На уровне Федерации политическая публичность расхватана несколькими группками людей, которые занимаются «своими делами» – саморекламой и самопрезентацией. На уровне региона статус публичного политика остаётся у губернатора (хотя отмена губерна-

торских выборов уменьшила такую возможность и саму легитимность данной роли), у спикера областной Думы и, возможно, у мэра. Все остальные – чиновники, не имеющие собственной позиции и своего слова. Но главное, то, что общество и не требует политических позиций, предложений, дискуссий. Российское общество не готово ни консолидироваться, ни обсуждать ничьих идей всерьез. Исследование Левада-центра 2007 г. показывает, что некоторые права, прописанные в российской Конституции, сейчас нашему народу вообще не очень-то нужны. К примеру, только 21% сограждан считают важной лично для себя свободу слова, 13% – право на получение информации, 10% – право избирать своих представителей в органы власти [4].

Нет институтов самоуправления, которые вместо упраздненных Советов народных депутатов взяли бы на себя ответственность на местах. На уровне муниципального образования и района власть бессильно провисает. Даже на уровне субъекта Федерации власть уже безвольна, если речь заходит, например, о землеотводе и застройке особо лакомых кусочков города. Прокурора ХМАО (2001) и прокурора Саратовской области (2008) застрелили из-за отмены распоряжений о выделении земельных участков, и заказчики преступления не найдены. И местные СМИ не транслируют общественные тревоги, не осуществляют канал передачи народных нужд снизу вверх, а если в редких случаях и делают это, то все сигналы о социальном неблагополучии уходят в песок, не находя отклика у власти и адекватной реакции. В России, кажется, разучились выражать недовольство. Последний общественный протест, который был услышан властью, это демонстрации пенсионеров против монетизации социальных льгот (январь 2005 г.). Недовольные властью общаются друг с другом в интернет-пространстве, где автор высказывания сохраняет относительную анонимность. Но даже в анонимных социологических опросах люди высказывают не свою точку зрения, а стараются угадать правильный ответ.

Известно, что основа гражданского общества – самоорганизация. Неравнодушные люди артикулируют некую проблему, находят товарищей и единомышленников, налаживают коммуникации, и в итоге начинается совместная общественная деятельность. Часто все действительно происходит спонтанно. Но известны и случаи, когда некие общественные организации создаются не стихийно, а темы запускаются целенаправленно – государственными и коммерческими структурами, профессиональными политтехнологами. Нередко созданная «снизу» организация «берётся под руку» и «слышит голос свыше», а обозначившаяся резонансная тема – технологично канализируется в нужных медиа-коммуникациях.

Власть, с одной стороны, как ей и положено, пытается фиксировать рождающееся гражданское общество в неких организационных рамках, а с другой – старается всячески инкорпорировать в «систему» инициаторов интересных ей идеологических проектов. «Генераторами общественного мнения» занимаются в индивидуальном порядке отдельные федеральные руководители. Практически любой губернатор или мэр имеет при себе кружок из «прирученных» общественников. Список лояльных общественных организаций можно увидеть на сайтах областной и городской администрации. В обмен на финансовую и организационную поддержку они участвуют во все-

возможных пиар-кампаниях патронов, создают им положительный имидж. Отсюда – федеральная и региональные общественные палаты, конкурсы грантов, практика включения общественников в кандидатские списки на выборах, во всевозможные комиссии и комитеты и т. д.

При этом заставлять часто никого не требуется, общественники сами рвутся интегрироваться. А там, где объединение буксует или невозможно в принципе, применяются тактики раскалывания, создания дублирующих структур, приспособленных для выпуска пара, дискредитации лидеров или самих идей. Можно чисто плюйски осуждать эти практики, хотя это столь же конструктивно, как критиковать стервятника за любовь к падали. Трудно осуждать за попытки использовать протестный потенциал гражданского общества и оппозицию. В качестве политического удобрения «бузотёры» рассматривают всех – бывших льготников, родственников жертв терактов, солдатских матерей и прочих противников призывной армии, антифашистов, национал-экстремистов, объявляющих себя борцами с нелегальной миграцией, и т. д. Им годится любая заметная тема, им интересен любой, кто готов выйти на улицу. Потенциальным товарищам предлагают воспользоваться собственным организационным опытом и информационным ресурсом, чтобы сделать протест более результативным, их соблазняют постами в своих структурах и, естественно, обещают помочь деньгами.

Из общения с теми и другими и рождается профессиональный цинизм журналиста, готового воскликнуть «Чума на оба ваши дома!». Между властью и обществом разверзлась такая пропасть взаимного недоверия, что даже искреннее движение навстречу воспринимается часто с подозрением. Самое опасное, что не создано площадки для обсуждения накопившихся подозрений и претензий. Ни Общественная палата, ни Гражданский форум такими «Гайд-парками» не стали, а пресса (даже если захотела бы) не смогла. Журналистика в последние годы растеряла свою былую статусность и прежнюю общественную эффективность.

Явно, что развлекательные телеканалы и музыкальные радиостанции, корпоративные газеты и гляцевые журналы – это не журналистика в её институциональном смысле. Это шоу-бизнес, коммерция, развлечение и промоушен. В тех изданиях, которые по привычке с советских времён мы называем общественно-политическими, не идет обмен концепциями, не разворачиваются общенациональные дебаты по значительным темам, не проверяются на истинность политические программы. Поэтому типологическое обозначение «общественно-политическая» газета потеряло смысл. Так же, как на ТВ используют самоназвание «информационно-развлекательный канал», газета может обозначить себя тоже как информационно-развлекательная или информационно-познавательная. В реализации не социальных, а частных, гедонистических и рекреативных функций пресса перестаёт быть интересна и власти, и сама себе. Введи завтра предварительную цензуру, никто не выйдет на баррикады бороться за свободу такой печати. Это было видно уже при разгоне «уникального журналистского коллектива» НТВ.

Отстаивание свободы слова требует консолидации журналистского сообщества России. В стране сегодня существуют несколько медийных союзов и профессиональных ассоциаций, но все они разрознены, нередко враждуют

друг с другом, хотя цели у многих одни. Зачастую препятствием к консолидации становятся факторы личностного характера. В то же время велика потребность в объединении журналистов. Общественная палата предприняла первые важные шаги на пути к такой консолидации, предложив медиасообществу объединиться на основе этического кодекса – Хартии журналистов. Подобные инструменты работают во многих странах мира, где внутренний закон журналистов, принятый не государством, а именно гражданским сообществом, воспринимается сильнее, чем нормативный акт государства.

То, что не стало политической журналистики как класса текстов, ещё можно пережить (политическая дискуссия перешла в интернет-пространство), но вот то, что у нас политические партии носят искусственный характер и заметны разве что микробиологам, это совсем уж не на пользу гражданскому обществу. Прежде социально активный человек мог войти в большую политику через партийную работу, через партийную прессу. Даже нештатный корреспондент, обратив на себя внимание жгучими публикациями, мог стать депутатом. Сегодня ни в штабе партии, ни в редакциях СМИ, ни в каком другом месте нет механизма реализации политической активности личности. Сегодня что делать для того, чтобы стать депутатом? Наняться в крупную корпорацию и сесть на денежные потоки, чтобы попасть в верхушку партийного списка?

Самое удивительное, что ни власть, ни политические движения не хотят создавать для талантливых и харизматичных людей «карьерного лифта». Прорекламировали «Политзавод» как шанс для молодых политиков попасть в Думу и не сдержали обещания дать квоту молодым. Или взять, к примеру, Союз правых сил и партию «Яблоко». Спросите у представителей этих оппозиционных партий, почему они не прорастают в местную жизнь, почему на местах у них нет массовых партийных ячеек, и выслушаете сотню жалоб на уважительные причины: и местная власть мешает, и демократия не та, и нет легальных денег от социально ответственных спонсоров. Всё это правда, но спонсоры всегда выстраиваются в очередь с пожертвованиями к партии власти, а демократия всегда «не та, что надо». Демократия – это строй, который сам себя проектирует и меняет. У наших партий нет политической воли создавать механизм работы с массами. Им проще договориться с административным ресурсом.

Итак, гражданское общество – это теоретический конструкт, предполагающий существование определенного социокультурного пространства, опирающегося на принципы равенства прав, обязанностей граждан, неизбежности частной собственности, а также свободы личности в обществе, где функционирует конкурентный рынок товаров и идей. Существование средств массовой информации как развитого социального института является необходимым условием для полноценного выражения указанных принципов в сфере публичной политики. Но для этого должен быть гражданский контроль и над СМИ, которые сегодня скрывают как реальных собственников акций ЗАО, так и механизмы финансирования редакционной деятельности.

Нужен новый закон о СМИ, который должен учитывать также такие рыночные реалии сегодняшнего дня, как ограничение непрофильных инвестиций в СМИ и противодействие монополизации СМИ на малобюджетных

рынках. Государственные и местные органы самоуправления не должны быть учредителями СМИ (за исключением «Вестника официальных решений и документов», который не обязательно регистрировать). На современном этапе существования государственные СМИ не должны одновременно получать государственное финансирование и доходы от размещения рекламы.

Политические коммуникации в том виде, в котором они сложились в современном российском регионе, понимаются как сложная система институтов, практик, регламентов, а также «условий игры», заявленных в нормативных документах, а зачастую в не артикулированных и даже негласных традициях взаимоотношений властных и общественных институтов на местах. Поскольку региональная пресса ближе к своей аудитории, на ней лежит общественная миссия воспитания гражданственности народа. Думается, что исполнение этой сверхзадачи не зависит от организационно-правовой формы СМИ. Частная телекомпания так же, как и государственная, ответственна за партнёрство своего зрителя с государством в политической сфере и за реальную подотчётность органов власти обществу. Общественное телевидение — это не то, на которое всё население сбросилось по рублю, а то, которое считает создание гражданского общества своей главной задачей. Хотя и пожертвования денег имеют значение как одна из форм общественной поддержки медийного проекта.

По дороге из Ганновера в Кёльн наблюдал в поезде интересную сценку. По вагону идёт прилично одетый человек лет 35 и обращается то к одному, то к другому пассажиру с вопросом: «Не даст ли добрый господин денег на обустройство приюта для тех бедных, которые не имеют крыши над головой?». Показывает интересующимся документ, удостоверяющий его личность и представительство. Бюргеры через одного дают на благие цели. Немного (10 евро в среднем), но жертвуют привычно, не принимая благостного или скорбного выражения лица.

А у нас почему-то считают, что государство должно обеспечить всех всем необходимым. Сиротские дома, приюты для престарелых, лечебницы для бездомных — только за счёт государства? И информирование населения о том или ином социальном неблагополучии тоже на бюджетные денежки? Допустим, на пакеты спутниковых коммерческих каналов у абонента ежемесячно находятся средства, а на поддержку общественного телевидения почему-то не находятся.

Стране нужна интеллектуальная мобилизация, поскольку на рынке политических идей сегодня пусто, а государству угрожает бюрократия, оставленная практически без контроля. Гражданское общество в России точно такое же, как и общество в его неполитических и частных проявлениях: разобщённое, дезориентированное в социальных ценностях и недоверчивое ко всему. И средства массовой информации такие, каких наши граждане и заслуживают, хотя и не голосовали за эти СМИ на выборах. И журналисты в большинстве своём не осознали свою гражданскую ответственность перед обществом. А социально ответственная пресса могла бы повести за собой народ к правовому государству и гражданскому обществу, если бы служила демократическим идеалам.

Литература

1. *Miriam Hollstein von.* Viele Länder haben eine «defekte Demokratie» // Die Welt. 2008. 16 Februar.
2. *Конституция Российской Федерации.* Официальное издание. М.: Юрид. лит., 1997. 64 с.
3. *Сурков В.* Национализация будущего // Официальный сайт партии «Единая Россия». <http://www.edinros.ru/news.html?id=116746>
4. *Кранс М.* Нужны ли россиянам демократические права? // РИА Новости. 2007. 11 дек. <http://www.rian.ru/analytics/20071211/91868201.html>