

## ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 654.197

DOI 10.17223/19986645/24/10

Ю.М. Ершов

### АВТОНОМИЯ ЖУРНАЛИСТА КАК КРИТЕРИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА И ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ

*Внутренняя и внешняя автономия – это ключевой элемент журналистского профессионализма. В статье обосновывается институциональное понимание профессиональной автономии, связанное, с одной стороны, с независимостью журналиста от органов государственной власти, а с другой – со свободой журналиста от рыночно ориентированной деятельности ради коммерческой прибыли. Автономия рассматривается как необходимое условие развития журналистского таланта и медиасферы в целом.*

*Ключевые слова: журналистика, социальный институт, профессия, автономия, влияние, зависимость.*

Оценка профессионализма работника или целого коллектива обычно связана с умелостью и мастерством и гораздо реже – с самостоятельностью в выполнении своей работы. Профессионал – это тот, кто делает свою работу с превосходным, исключительным качеством. Когда говорят о журналистах высочайшего класса, то можно услышать и такую, например, характеристику: «Всею своей творческой биографией он заслужил, чтобы его не правили редакторы. И его тексты идут прямо в номер без всяких изменений». Университетские центры профессиональной подготовки журналистов в обучении студентов навыкам профессии имеют в виду модель профессионала как человека компетентного, владеющего технологиями. Однако помимо особого качества работы, умелости и оснащенности следует иметь в виду и независимость профессионального журналиста от оценок управленца или чьих-то указаний вообще. Как у А.С. Пушкина, «Веленью божию, о муза, будь послушна, Обиды не страшась, не требуя венца; Хвалу и клевету приемли равнодушно И не оспаривай глупца».

Первая сложность заключается в том, что проблема автономии применительно к профессиональной деятельности в российских исследованиях журналистики широко не рассматривалась [1]<sup>1</sup>. Например, в книге «Профессия: журналист», которая используется как учебное пособие при введении студентов факультетов журналистики в специальность, слова «автономный» и «автономия» вообще автором не используются. Однако Л.Г. Свитич подходит к этой проблеме, используя более привычное понятие независимости прессы: «Пожалуй, основным парадоксом профессии является, с одной стороны, стремление к независимости, свободе слова, желание быть четвертой вла-

---

<sup>1</sup> Статья С.М. Виноградова «“Философия журналистской автономии” в контексте профессиональной этики журналиста» – единственная публикация, обнаруженная нами по теме журналистской автономии.

стью, т.е. сохранить позиции над схваткой; с другой – реальная зависимость от властей, от владельцев, учредителей и издателей, от рекламодателей и спонсоров. Это драматический конфликт между свободной творческой личностью и зависимостью от всех, в том числе от общественного мнения и аудитории» [2. С. 79].

Дискуссия о независимости прессы или принципиальной возможности такой независимости давно уже приняла тупиковый характер и требуется сменить угол зрения, масштаб рассмотрения проблемы и, возможно, саму концептуальную рамку обсуждения. Журналисты всегда и везде стремились к независимости или особому статусу, поскольку свой род деятельности журналисты считают свободной профессией. Это тоже очень дискуссионная тема – кого можно назвать представителем свободной профессии? В эпоху партийно-советской печати, когда журналисты называли себя «солдатами партии», о свободе политического выбора речи не шло. Эта институциональная матрица в известной степени проявляется и в современной российской прессе, особенно в государственных газетах и на федеральных телеканалах. За рубежом сложилась другая традиция. В Германии есть специальное название «люди свободных профессий (Freiberufler)». Эти профессионалы, как правило, обладают высокой квалификацией и зарабатывают себе на жизнь только благодаря своему мастерству.

В Германии существует довольно обширный каталог «свободных профессий», включающий более 50 профессий. Среди них – и творческие: художники, режиссеры, актеры, дизайнеры, репортеры. Получив специальное образование, профессионал может работать на кого-нибудь, но может вести дело самостоятельно. Без соответствующего диплома или сопоставимых знаний и опыта никто не имеет права вести дела как «свободный работник». В то же время обладатели свободных профессий не имеют права одновременно с основной деятельностью заниматься торговлей продуктами не своего труда. В этом случае они должны оформлять свой бизнес как частные предприниматели. Сегодня в ФРГ около миллиона «свободных работников», и на их долю приходится почти 9 процентов ВВП федеративной республики<sup>1</sup>. То есть свободные художники – большая производительная сила, что давно поняли и в Лондоне, и в Барселоне, и в Милане, и в других вольных городах, создающих особые условия для развития творческих индустрий.

У нас в стране разделение на творческие (условно свободные) и иные профессии периодически пересматривается. В мае 2013 г. Министерство связи и массовых коммуникаций не поддержало идею коллег из Минкультуры, согласно которой работники СМИ должны проходить раз в пятилетку творческий конкурс на профессиональную пригодность. В проекте закона предлагалось устраивать регулярную аттестацию творческим работникам оперы, балета, театров, цирков, среди которых оказались представители прессы. Надо заметить, что «творческие работники СМИ» значатся в государственном перечне профессий и должностей с 2007 г., тогда как до этого времени прави-

---

<sup>1</sup> Проблемы с правовым определением автономии «свободных работников» обсуждаются в статье «Фрилансеры или предприниматели?» (на нем. языке) Freiberufler oder Gewerbe? [http:// www.gruendungszuschuss.de/unternehmerwissen/geld-steuern/freiberufler-oder-gewerbe.html](http://www.gruendungszuschuss.de/unternehmerwissen/geld-steuern/freiberufler-oder-gewerbe.html)

тельство не связывало журналистов с творческой деятельностью. И если творческий характер деятельности неочевиден и нуждается в специальном изучении, то степень автономии того или иного работника более ясна и может быть критерием в идентификации и ранжировании профессионалов.

Вероятно, первыми, кто обратил внимание на автономию как ключевой элемент журналистского профессионализма, были Дэниэл Халлин и Паоло Манчини [3], авторы труда по сравнительному анализу национальных медиасистем. Они заметили, что журналистская автономия – это тот вид автономии, который политики все время стремятся ограничить и поставить под контроль (особенно в военное время и в годы кризисов). Степень автономии – самое ясное различие между журналистикой и пропагандой. Если журналистка как социальный институт стремится к автономии, то пропаганда – правительственный департамент, в котором работают государственные служащие, занятые риторикой в целях политической целесообразности, и ни о какой обособленности от государства они не думают.

Об автономной работе пропагандиста или, допустим, специалиста по связям с общественностью и мысли не возникает. Автономия журналиста возникает из понимания миссии этой профессии как общественного служения. Государство, которое узурпирует представление общественного блага, воспринимает автономных медиарботников как «нарушителей конвенции». Бизнес, использующий рекламу и пиар в качестве коммуникативных инструментов, также стремится «все купить» – направить журналистику в русло маркетинговых коммуникаций продвижения товаров и услуг. Поэтому журналистская автономия все время испытывает нешуточное давление со стороны органов государственной власти, со стороны коммерческих компаний и предпринимателей.

Но так происходит не всегда и не везде. Многое зависит от характера государственной власти и степени зрелости общества. Претендуя на создание «философии журналистской автономии», американский ученый Джон Меррилл анализирует роль массмедиа в национальном развитии с точки зрения наличия в обществе конфликтов и отношения к ним СМИ. Он пишет о «социальном конфликтном цикле», тесно связанном с логикой общественного развития. На первой стадии каналы коммуникации используются в основном для того, чтобы попытаться развить общественную систему, смягчая напряженность и поддерживая зарождающиеся институты и учреждения. Основная цель коммуникации – сохранение социальной стабильности. Средства информации на этом этапе развития элитарны. Когда средства коммуникации становятся массовыми, страна вступает в переходную стадию. Элите необходима поддержка масс, она начинает ставить перед людьми комплекс общих идей и целей, подчеркивая культурное и религиозное сходство, а также начинает формировать образ «общего врага». Массмедиа постепенно перестают быть средством гармонизации общества и превращаются в силу, содействующую развертыванию политического конфликта, а их автономия возрастает. Когда наступает стадия модернизированного общества, завершается и полный цикл национального развития, которое прошло через авторитаризм по направлению к свободе. Самоопределение прессы приобретает почти тот же характер, что и в традиционном автократическом обществе, а обществен-

ное мнение становится одним из механизмов, посредством которого реализуется власть [4. С. 45–62].

Представим современное понимание автономии в контексте творческой деятельности журналистов – работников СМИ. Мы исходим из того, что автономия – это право журналистов собирать и обрабатывать информацию, публиковаться и выходить в эфир без ограничений со стороны учреждений, в которых они работают. Иными словами, люди, владеющие медиакомпанией (контролирующие ее акции), не должны контролировать и/или оценивать то произведение, которое выходит из-под пера журналиста. Оценивать, хороши эти произведения или плохи, могут только читатели, зрители и слушатели, а также коллеги по профессии. А то, что думает по поводу статьи председатель совета директоров компании, не должно влиять на судьбу публикации. И в интересах собственников СМИ, а также нанятых ими менеджеров (редакторов) всячески повышать степень автономии, поскольку это есть развитие профессионализма. Не покупка «золотых перьев» и не переманивание популярных ведущих программ на свой телеканал, а совершенствование журналистской автономии как высшей ступени профессионализма.

Та автономия, которая определена нами в качестве базовой, может быть названа еще и внутренней автономией. Она создается в ежедневном журналистском труде как право без принуждения выбирать то или иное творческое решение. В отличие от механического или репродукционного труда, где рабочий выполняет задания менеджера, зачастую не оставляющие никакой возможности выбора и принятия собственного решения, журналистский труд принципиально иначе организован. В журналистском труде всегда есть моменты поиска нелинейного решения и свободного выбора, когда автор, по сути, предоставлен самому себе. Производственный процесс в медиакомпаниях зависит от оценки ситуации самим работником, а его труд имеет чаще всего творческий или инновационный характер. Если журналист по какой-то причине выбывает из производственного процесса, его место может занять другой медиарботник, но результаты труда будут принципиально иными, так как журналистское произведение уникально. В Законе РФ о СМИ закреплено журналистское право отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям<sup>1</sup>.

Внутренняя автономия зависит не только от отношений журналистского коллектива с собственниками СМИ, но и с теми подразделениями медиакомпаний, которые называют центрами финансовой ответственности (рекламной службой, отделом маркетинга и бухгалтерией). Если коммерсанты определяют ключевые вопросы жизнедеятельности редакции как рыночно мотивированной компании (*market-driven-company*), то внутренняя автономия журналиста в творческих вопросах постоянно нарушается. В этих случаях грань между ньюсрумом и отделом сбыта разрушается и эккаунт-менеджеры начинают указывать, о чем и как должны журналисты писать в интересах заказчиков коммерческой или политической рекламы. Это одна из болезненных и

---

<sup>1</sup> Нам неизвестно, есть ли в российской практике правоприменения прецедент судебного рассмотрения п. 10 ч. 1 ст. 47 Закона о СМИ РФ, в котором подтверждено право журналиста отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям.

даже табуированных для обсуждения в журналистской среде тем. Именно поэтому выступление на апрельской 2013 г. Всероссийской конференции по журналистике в МГУ заместителя министра связи и массовых коммуникаций Алексея Волина вызвало такую гневную реакцию профессионального сообщества. Обращаясь к преподавателям факультета и медиарботникам, замминистра потребовал объяснить будущим журналистам, что, выйдя за дверь университета, они будут работать «на дядю и писать так, как скажет дядя, который платит деньги», а «никакой миссии у журналистики нет, журналистика – это бизнес»<sup>1</sup>.

Алексей Волин заявил публично то, что в России и так всем понятно, но что до сих пор не принято было артикулировать государственным чиновникам высокого ранга. И этот меседж, заявленный чиновником в свободное от работы время, вошел в скандальное противоречие с этикой журналистики, как она понимается в Европе. В европейских странах журналистская автономия признается не только как ориентир, но и как институция и ритуал, создающий профессию. В последние полвека независимость журналистских организаций (в особенности общественных вещателей) подвергается сомнению только с позиций прессы политического активизма или гражданской журналистики, но никак не с позиции условного «дяди» (надо понимать, государства), диктующего журналисту, что писать. Журналист может быть субъективным, но только по своим убеждениям, а не по диктовке кого-то вне тебя самого, иначе это другая профессия с иными критериями профессионализма. Впрочем, западные журналисты не согласятся с господином А. Волиным и по указаниям на бизнес-мотивацию прессы. Наиболее коммерчески успешен тот, у кого больше кредит доверия со стороны аудитории, а не тот, у кого сегодня власть и собственность. Несмотря на 25-летнее сотрудничество России и Европейского союза, политическое руководство нашей страны расходится с европейской традицией в вопросах журналистской автономии. Правительство РФ вполне отдает себе отчет в стратегической роли медиа. Недаром оно стремится контролировать и то, что ему не принадлежит, а номинально находится в частных руках.

Что же именно создает журналистскую автономию для профессионалов? Это специализированная работа, которая основывается на комплексе знаний и умений (компетенций), дающих особый статус их обладателю. Это защищенная позиция на рынке труда, которая базируется на подтвержденной дипломом квалификации и/или рекомендациях других профессионалов в этой сфере. И наконец, главное – это наличие профессиональной идеологии, в которой качество выполненной работы превышает экономической целесообразности, а удовлетворение от реализованного творческого проекта важнее полученной компанией прибыли. Подобный журналистскому комплекс профессиональной автономии обнаруживается и в деятельности адвокатов, частнопрактикующих врачей, университетских профессоров и представителей некоторых других классических профессий. Но помимо внутренней автономии в

---

<sup>1</sup> Рекомендации замглавы Минкомсвязи студентам-журналистам учиться «работать на дядю» вызвали скандал в медиасообществе / Екатерина Винокурова, Александр Артемьев на сайте ГАЗЕТА.РУ [http://www.gazeta.ru/politics/2013/02/11\\_a\\_4961077.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/2013/02/11_a_4961077.shtml)

деятельности журналистов и редакционных коллективов можно наблюдать и обособленность другого рода – внешнюю.

Журналистские коллективы – проектные группы, редакции СМИ, персонал медиакомпаний – стремятся занять независимую позицию по отношению к органам государственной власти и к рыночной среде существования, а значит, избежать контроля содержания со стороны групп специальных интересов (последнее понятие нуждается в специальной теоретической разработке, но это тема другого исследования). Чтобы организационная автономия СМИ укреплялась, редакция, прежде всего, должна иметь несколько источников финансирования. Когда источников много, медиакомпания может найти баланс между разными группами интересов – бизнесом, государством, политическими или благотворительными фондами и т.д. – и быть равноудаленной от всех этих центров финансового и политического влияния.

Только в автономном режиме работы СМИ могут выполнить свою миссию общественного служения. В иных случаях они начинают обслуживать власть и бизнес, теряя доверие аудитории. Заметим, что организационная автономия прессы все время подвергается критике и нападкам. Степень ожесточения борьбы за или против журналистской автономии зависит от традиций политической культуры в той или иной стране. Денис МакКуэйл в своих сравнительных исследованиях [5] выделяет такие специфические профессиональные роли журналиста, как активист или участник событий, нейтральный информатор, аналитик-интерпретатор. Эти роли связаны с национальной культурой. Так, скажем, англосаксонская/американская медиакультура коррелирует с объективизмом (разделение факта и мнений), а европейская континентальная более славится публицистикой и аналитикой, характеризуется исключительным вниманием к литературному языку и авторскому стилю.

В странах с давними традициями либерализма газеты могли добиться для себя автономии очень рано (например, в Швеции, Великобритании и США это зафиксировано нормативно-правовыми актами еще в XVIII столетии). В других странах, где поддерживалось сильное государство и традиция авторитарного правления, внешняя автономия СМИ завоевывалась в ходе куда более длительного процесса (например, в Германии или России), с попятными движениями. Важнейшим вопросом в борьбе за внешнюю автономию был вопрос контроля содержания со стороны государственных органов власти и назначенных ими цензоров. Но даже при достижении относительной автономии давление со стороны органов власти ощущалось в период кризисов и особенно в годы войны. Комплекс средств разнообразного влияния государственной власти на СМИ подробно изучен американским социологом М. Шадсоном [6] и британским ученым Дж. Чалаби [7. С. 303–326].

У нас в стране не столько университетские ученые, сколько сами журналисты и медиаменеджеры рассказывают о нападках на свою автономию: «Я думал – мы независимы, денег у них (у власти) не берем... А сейчас начинаю понимать, что это не так, что есть масса способов задавить нас. Первые годы я в нашем томском Белом доме, можно сказать, ни разу и не был. А тут у нас возникла конфликтная ситуация. Она была настолько серьезна, потребовалось вмешательство местных органов власти для того, чтобы расставить точки над «i». Руководство города нам помогло. И сейчас, когда мы делаем ка-

кие-то сюжеты критической направленности в адрес администрации, я начинаю выслушивать постоянные упреки: мы тебе помогли – что ж ты на нас наезжаешь? Доходит до того, что корреспонденты начинают спрашивать: у меня есть критический материал на такого-то начальника, у нас как с ним отношения?»<sup>1</sup>

В российских исследованиях журналистики прежде не ставился вопрос защиты профессии от посторонних влияний или от нарушения журналистской автономии. Напротив, многие десятилетия советской эпохи проводилась мысль, что журналистка – это открытое поле деятельности, на которое может вступить любой желающий, а движение нештатных авторов (рабкоров, селькоров, юнкоров) поощрялось политическим руководством. Каждый, кто называет себя журналистом, таковым и является – с этим тезисом никто не взялся бы спорить еще 20 лет назад. Однако в 1990-е гг. такое количество «любителей» внедрилось в редакционные коллективы (некоторые редакции создавались вообще без участия профессиональных журналистов), что ядро профессии (этические кодексы, профессиональные стандарты, отраслевые регуляторы и вообще «правила игры» в медиакоммуникации) подверглось размыванию. Именно тогда профессиональный статус журналиста упал до самых низких величин, а престиж журналистской профессии стал неразличимым.

За рубежом процессы профессионализации и защиты журналистской автономии давно являются предметом научных исследований. Дэвид Уивер и его коллеги опубликовали еще в конце 1990-х гг. результаты социологического изучения журналистских самооценок в плане автономии или зависимости [8]. В социологическом опросе приняли участие 1149 журналистов. Доля репортеров, утверждающих, что они полностью свободны в выборе историй общественного интереса и в расстановке смысловых акцентов, уменьшилась за исследуемый 20-летний период с 60 до 40 процентов. Опытные журналисты в маленьких редакциях больше страдают от давления, чем молодые журналисты в больших коллективах. Репортеры в газетах и на радио, оказывается, более свободны, чем их коллеги на ТВ. В целом репортеры в еженедельниках, на радиостанциях и в маленьких информационных агентствах автономны более других. На высокую степень автономии влияет узкая тематическая специализация. Узкие специалисты свободнее универсалов.

Дэвид Уивер обобщил и виды ограничений журналистской автономии. Это ограничения, налагающиеся источниками информации, которые хотят в некоторых случаях остаться неназванными, а в других – желают визировать текст интервью. Это коммерческие требования в рыночно мотивированных медиакомпаниях. В целом как американские, так следом за ними и европейские СМИ испытывают гораздо большее давление бизнеса и его PR-служб, нежели политических партий или правительственных органов. Это зафиксировано, например, в эпизодах давления на американскую сеть общественного телевидения PBS. Появляется больше медиаконтента, который сложно идентифицировать однозначно как журналистский или заказной (коммерческий).

---

<sup>1</sup> Приводятся выдержки из выступления президента телекомпании ТВ-2 Аркадия Майофиса на «круглом столе» в журнале «Среда. Русско-европейское журналистское обозрение». (1996. №11. С. 17).

Методы продвижения товаров и услуг в медиaprостранстве становятся все более изощренными. Учитывая процессы глобализации, все связанные с коммерциализацией ограничения журналистской автономии через пять, десять или пятнадцать лет проявятся и в развивающихся странах, которые пока не ощутили в полной мере власть «денежного мешка» и надеются на то, что рыночная конкуренция лучше политической принудительности. В Китайской Народной Республике журналисты испытывают как давление политического руководства, так и сильный коммерческий прессинг. То есть коммерциализация СМИ не дает китайской прессе свободы от политиков, как это было в свое время в США и Европе. Именно поэтому журналистскую автономию необходимо рассматривать не как общее требование или закономерность, а как компонент национальной медиасистемы и часть медиакультуры страны.

На уровне журналистской автономии неоднозначно влияет цифровая революция в технологиях телекоммуникаций. Мультимедийный репортер стал меньше зависеть от отдельных информаторов, но расширил круг источников за счет «френд-ленты» в социальных сетях. С развитием цифровых медиaplatform репортер все более сосредоточен на процессе производства информационных сообщений и видеорядов, но меньше внимания уделяет верификации (перепроверке) данных и вообще сбору информации. Рынок журналистского труда начинает меняться со стремительным развитием аутсорсинга. Редакции СМИ теперь чаще приглашают фрилансеров, чем в прежние десятилетия. Этот процесс можно рассматривать как своего рода депрофессионализацию медиаработников. Он обусловлен, с одной стороны, заменой профессиональной логики на рыночную: СМИ стараются сэкономить на зарплате, налогах и обустройстве рабочих мест. В редакциях выделился класс медиаменеджеров, которые принимают стратегические решения, не советуясь с журналистским коллективом. А с другой стороны, депрофессионализация обусловлена влиянием Интернета и социальных медиа на медиакommunikации, в редакционных структурах которых вынуждены снижать профессиональные стандарты и сотрудничать с блогерами, когда раньше таких авторов не пустили бы и на порог редакции.

Итак, автономия – это многозначное понятие, которое в разных сферах знания трактуется с положительной стороны как самостоятельность или самоуправление. В философии автономия – бытие, определяемое собственным разумом и совестью (И. Кант), способность личности как морального субъекта к самоопределению на основе собственного законодательства. Моральная автономия позволяет, сохраняя человеческое достоинство и ответственность, быть свободным от социальных установлений, диктата власти и не терять самообладания даже перед угрозой смерти. В юридическом понимании, автономия – это право, предоставляемое объединениям, сословиям, социальным группам и корпорациям руководствоваться собственными нормами и правилами в определенных пределах. В государственном праве наряду с самоуправлением автономия подразумевает признание полномочий на определение общественного порядка в некоторых сферах, отличных от прав других административно-территориальных единиц.

В журналистике автономия – это институция или «правила игры» в треугольнике «власть – бизнес – общество», а также идеал для организации

творческого труда. Обладая идеальным характером, журналистская автономия соотносится и с другими ключевыми понятиями этого рода деятельности: с принципами, ценностями, профессиональными стандартами и миссией. Журналист, разделяющий миссию социального служения, руководствуется пониманием общественного блага и работает, прежде всего, для широкой общественности, защищая интересы своей аудитории перед государственной машиной и корыстью бизнеса. Индивидуальная автономия журналиста как профессионала предполагает, что он сам ставит себе творческие задания и отстаивает свою авторскую позицию перед редактором и другими менеджерами компании, вплоть до снятия своей подписи под материалом или отказа от публикации, вплоть до увольнения по идейным мотивам.

Внутренняя автономия является базовой и тесно связана с автономией внешней организационной, которая создает статус независимого СМИ в отношениях редакции с органами власти или бизнес-структурами. Журналистская автономия – это и есть главный бизнес-актив редакций и отдельных авторов. Автономия редакций СМИ может трактоваться как экономическая, политическая или организационная в силу специфики информационной деятельности, требующей от журналистов самостоятельного принятия оперативных решений. В определенном смысле журналистская автономия может сравниваться с защитой университетами своих академических свобод. Отстаивая территорию творческих и программных решений, медиарботники оберегают статус своей профессиональной группы и собственный вклад в развитие СМИ. Утрачивая частично или полностью автономию под давлением политических и коммерческих сил, журналисты теряют и свой профессионализм вместе с надеждой на развитие медиаотрасли.

#### *Литература*

1. *Виноградова С.М.* «Философия журналистской автономии» в контексте профессиональной этики журналиста // Журналистика и социология '97 / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб., 1998. С. 17–22.
2. *Свитич Л. Г.* Профессия: журналист. М.: Аспект Пресс, 2003.
3. *Hallin Daniel, Mancini Paolo.* Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge. 2004.
4. *Merrill, J.* The Imperative of Freedom. New York, 1974.
5. *McQuail Denis.* Mass Communication Theory. London: SAGE, 2005.
6. *Schudson Michael.* The Sociology of News. New York, 2003.
7. *Chalaby Jean.* Journalism as an Anglo-American Invention // European Journal of Communication. 1996. № 11.
8. *Weaver David, Beam Randal, Brownlee B.* The American Journalist in the 21th Century. New Jersey, 2007.