СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРАВОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Омарова А.М., Дагестанский государственный университет, г. Махачкала, Российская Федерация, *angelika@spastv.ru*

В статье проанализированы некоторые теоретические аспекты, связанные с правовым статусом средств массовой информации в современном законодательстве России. На основе анализа работ российских ученых рассмотрены вопросы о месте средств массовой информации в гражданском обществе, их функциях и субъектах, проанализировано понятие «средства массовой информации».

Автор отмечает, что пока вопрос о месте СМИ в гражданском обществе недостаточно проработан. Существенной доработки требует вопрос о субъектах средств массовой информации. Наиболее полно и обстоятельно изучены функции СМИ, отмечена их многофункциональность. Подчеркнута особенность СМИ как субъекта правоотношений, высказана авторская позиция по определению понятия «средства массовой информации».

Сделан вывод, что непроработанность теоретических аспектов правового положения СМИ – свидетельство того, что в стране продолжается процесс становления института, регламентирующего правовой статус средств массовой информации.

Ключевые слова: средства массовой информации, гражданское общество, субъекты СМИ, функции, понятие СМИ.

DOI: 10.21779/2224-0241-2019-32-4-51-57

UDC 342.951:070

MASS MEDIA IN THE LEGAL SPACE OF RUSSIA: THEORETICAL ASPECT

Omarova A.M., Dagestan State University, Makhachkala, Russian Federation, *angelika@spastv.ru*

The article analyzes some theoretical aspects related to the legal status of mass media in the modern legislation of Russia. On the basis of the analysis of works of the Russian scientists questions on a place of mass media in civil society, their functions and subjects are considered, the concept "mass media" is analyzed.

The author notes that the question of the place of the media in civil society has not been sufficiently worked out. The issue of media subjects requires substantial improvement. The functions of mass media are studied most fully and thoroughly, their multifunctionality is noted. The peculiarity of the media as a subject of legal relations is emphasized, the author's position on the definition of "mass media" is expressed.

It is concluded that the lack of theoretical aspects of the legal status of the media is evidence that the country continues the process of formation of the institution regulating the legal status of the media.

Key words: mass media, civil society, subjects of mass media, functions, concept of mass media.

DOI: 10.21779/2224-0241-2019-32-4-51-57

В жизни современного общества средства массовой информации играют важную роль. Их общественное назначение нашло отражение в многочисленных трудах российских и зарубежных ученых [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]. В своих исследованиях ученые не только анализируют роль и общественные функции СМИ, но и дают оценку характеру их деятельности в современном мире [8, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

В условиях глобализации средства массовой информации оказывают огромное влияние как на жизнь стран в целом, так и на социально-психологический и нравственный облик каждого члена общества, так как новая разнообразная ин-

формация, которая поступает по каналам СМИ, несет в себе ценностные установки, которые откладываются в сознании людей.

Средства массовой информации могут быть использованы в качестве метода манипуляции сознанием широких народных масс. При этом, как показывают исследования, современные СМИ могут и не отражать в полной мере реального положения дел в государстве [9; 10; 11].

Практика свидетельствует о том, что властвующие мировые элиты заинтересованы в осуществлении контроля за информацией, чтобы активно через СМИ активно воздействовать на поведение широких слоев населения разных стран.

Это обуславливает актуальность исследования вопроса о роли СМИ в обеспечении информационной безопасности личности и сохранении национального суверенитета Российской Федерации.

В современных государствах интернет, телевидение, пресса и радио претендуют на то, чтобы стать «ушами и глазами общества» и предупреждать об его угрозах в глобализирующемся мире с его огромными электронными ресурсами. Для выполнения такой важной миссии средства массовой информации должны занимать независимую и объективную позицию, что довольно сложно осуществить в современном мире. Уже выработаны определенные рычаги правового воздействия на этот процесс, но быстро развивающиеся новые общественные отношения требуют их корректировки.

Перед мировым сообществом и отдельными государствами стоит задача выработки эффективного правового механизма регулирования деятельности средств массовой информации. Одной из таких стран сегодня является Российская Федерация.

Для того чтобы выработать эффективный механизм правового регулирования деятельности средств массовой информации в современной России на новом витке развития важно четко определить: что такое гражданское общество, каков статус средств массовой информации в этом обществе, каковы субъекты СМИ и их функции.

Исследование практики функционирования средств массовой информации в советский и постсоветский периоды развития России и анализ научных публикаций по интересующей теме позволит нам ответить на поставленный вопрос. Изучение существующей по теме научной литературы свидетельствует о том, что пока эти вопросы находятся на стадии проработки. Один из них вопрос о понятии гражданское общество. «Сложность, противоречивость и недостаточную разработанность самой концепции гражданского общества» отмечает известный ученый-правовед М.Н. Марченко и другие исследователи [12; 13].

Следует отметить, что у российских ученых пока нет единства в подходах к пониманию гражданского общества, и вероятно, поэтому оно не нашло отражения в Конституции РФ 1993 года.

Первый подход к его пониманию состоит в том, что «гражданское общество» — это то, что не относится к государству. То есть гражданское общество и государство относительно самостоятельны. Эта группа ученых считает, что с конституционным текстом должны быть увязаны основы взаимоотношений государства и общества. По их мнению, это должно быть закреплено в тексте Конституции 1993 года с использованием категории «гражданское общество».

Второй подход к категории «гражданское общество» состоит в том, что это — общество, которое достигло определенного качественного уровня

развития, общество, где граждане могут создавать различные общественные объединения и свободно выражать свои взгляды и мнения. В этом обществе должно быть идеологическое многообразие и политический плюрализм. Все перечисленные характеристики свидетельствуют о том, что гражданское общество — это высокоразвитое общество. Сторонники данного подхода рассматривают «гражданское общество» как неотъемлемый элемент конституционного строя, и это, по их мнению, следует закрепить в тексте Основного закона.

Сторонники третьего подхода в понимании гражданского общества считают, что его качественные характеристики могут зарождаться в обществе постепенно, охватывая вначале лишь некоторую часть граждан. При таком подходе гражданское общество выглядит как ядро общества [14].

Исходя из этих подходов, сделаем следующий вывод: категория «гражданское общество» предполагает высокий уровень развития общества и движение России к такому уровню. Понимаемая в этом плане категория «гражданское общество», по нашему мнению, наиболее адекватна.

В научной литературе существует представление об организационной структуре гражданского общества. По мнению С.А. Авакьяна, организационную структуру гражданского общества можно представить, как совокупность следующих компонентов:

- 1) разнообразные общественные объединения;
- 2) политические партии;
- 3) институализация лично-общественных и профессиональных контактов граждан как членов гражданского общества [14, с. 442].

Средства массовой информации входят в структуру гражданского общества. Основы правового статуса средств массовой информации получили конституционное оформление в большинстве стран мира, так как практика свидетельствует о том, что они оказывают огромное влияние на жизнь современных государств.

В гражданском обществе средства массовой информации являются инструментом гласности и открытости публичной сферы. Через них осуществляется диалог граждан, общества и государства. В них нуждаются правительство, граждане и политические партии. Именно через средства массовой информации они высказывают свои взгляды, излагают подходы к решению различных вопросов.

Такое движение информации не только отвечает принципам демократии, но и создает механизм практического влияния на власть с помощью средств массовой информации. Одновременно средства массовой информации используются и как инструмент управления. И в этом нет ничего антидемократического.

Сегодня в традиционную модель демократии, помимо СМИ, общества и государства ученые включили капитал. Практика показала, что в со-

временном мире он обладает не меньшей силой управления, чем государство. В этой связи принципиальным не является вопрос, под чьим влиянием находятся средства массовой информации. Являясь структурным элементом гражданского общества, в состав которого также входят государство, местное самоуправление, граждане, политические партии, НКО и капитал, средства массовой информации не равны обществу, государству и капиталу и не могут быть самостоятельной силой. Они не могут быть самостоятельной «четвертой» властью. В демократическом обществе источник власти – народ, который через средства массовой информации оказывает воздействие на государство и на капитал.

Вопрос о том, кто относится к основным субъектам средств массовой информации в праве, спорен. В научной литературе по данному вопросу четко определились две позиции. Одни считают, что основным субъектом, которому адресована конституционная норма о свободе массовой информации, являются средства массовой информации. С другой точки зрения основным субъектом свободы массовой информации на современном этапе развития общества является каждый отдельный человек как основной производитель и потребитель информации. Такой точки зрения придерживаются С.А. Куликова и А.Г. Рихтер [15; 16, с. 18].

Придерживаясь первой позиции, Г.Н. Андреева утверждает, что «под СМИ обычно понимается совокупность публичных и частных учреждений (информационных агентств, журналов, газет, других периодических изданий, а также радио и телевидения), призванных обеспечить общество информацией, необходимой для его функционирования» [17, с. 316]. Федеральный закон «О средствах массовой информации» в ст. 2 в качестве субъектов СМИ перечисляет: периодическое печатное издание (газету, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование, текущий номер и выходящий в свет не реже одного раза в год), сетевое издание, телеканал, радиоканал, иную форму периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)*. Участник интернет-сообщества не включен в этот перечень.

Однако в последнее время все большую роль в распространении информации играет Интернет, который стал средством выражения мнений отдельных граждан. Участник интернет-сообщества выступает и как пассивный приемник информации, и как ее активный оценщик, и как соучастник, готовый передать или передающий свое суждение. Это означает, что появился еще один субъект, о котором с тревогой пишет

С.А. Авакьян, утверждая, что в мировом сообществе «... наряду с официальной государственной властью возникает и внутригосударственная, «... и мировая сеть иной власти, причем непонятно какой: по масштабам охвата людей – публичной, по методам влияния – электронной, по психофизическому воздействию – использующей желание человека стать частью общего процесса посредством присоединения к нему» [18, с. 8]. То есть в связи с развитием Интернета каждый отдельный человек становится производителем информации.

Учитывая эту новую тенденцию, С.А. Куликова утверждает, что в законодательстве следует модернизировать понятие СМИ. По ее мнению, надо дать следующее определение этому понятию: «средство массовой информации – лицо, занимающееся деятельностью по сбору, созданию, редактированию и распространению сообщений и материалов для неопределенного круга лиц, периодически обновляющее и заменяющее медиаконтент, осуществляющее редакционный контроль (модерацию) за содержанием распространяемых сообщений и материалов, обладающее постоянным наименованием и несущее ответственность за нарушение законодательства и этических стандартов журналистики» [15, с. 19].

С такой конкретизацией субъекта СМИ, но не с определением СМИ следует согласиться. Автор учитывает те значительные изменения, которые произошли в сфере массового производства и распространения информации. Данное определение позволяет ввести в сферу правового регулирования большее количество участников, которые используют разнообразные формы массово-информационной деятельности. Действительно участник интернет-сообщества – один из важных субъектов СМИ [19, с. 108; 20].

Т.И. Фролова обращает внимание на то, что «информагентства – это СМИ особого рода» [21, с. 356; 22, с. 80]. Их, на наш взгляд, также можно отнести к субъектам средств массовой информации. Все это свидетельствует о том, что вопрос о субъектах СМИ требует более глубокой научной проработки.

В современной научной литературе обсуждается вопрос о понятии «средства массовой информации». В советский период вместо понятия СМИ использовалось понятие «массовая коммуникация» [23, с. 778]. В постсоветский период такая практика была отвергнута и ни в одном из словарей нового периода такого понятия нет [24, 25]. В современных словарях даны определения отдельных составляющих понятия «средства массовой информации» – телевидение, радио, пресса, информация. В Федеральном законе «О средствах массовой информации» это понятие также толкуется в собирательном смысле (ст. 2).

Между тем, следует иметь в виду, что каждое средство массовой информации имеет сложную трехуровневую структуру. Юридический уровень

* О средствах массовой информации: федер. закон Рос. Федерации от 27 дек. 1991 г.: в ред. от 6 июня 2019 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

включает в себя законодательный и лицензирующий аспекты, что объясняется государственным влиянием на деятельность средств массовой информации. Коммерческий уровень складывается из интересов учредителей, инвесторов, рекламодателей и требований рынка. Творческий уровень формирования информационного продукта зависит от способностей сотрудников редакции. В этой связи самым удачным теоретическим определением понятия СМИ является следующая трактовка: «СМИ – это система творческих и технических структур, взаимодействующих между собой и с другими специальными системами в целях формирования и передачи потока информации, действующая в сфере массовой коммуникации, актуализирующая и формирующая представления об окружающем мире в современном общественном сознании» [7, с. 42]. Формулировка СМИ, закрепленная во второй статье федерального закона, – это, на наш взгляд, юридическое определение понятия СМИ.

Значительное влияние средств массовой информации на человеческое общество обусловлено выполнением ими многообразных функций, которые, как свидетельствует практика, по-разному используются политическими кругами в зависимости от целей, которые они решают.

Российские ученые выделяют множество функций средств массовой информации. Так, Я.Н. Засурский определяет три основные функции СМИ: информационную (доведение до сведения аудитории информации о фактах и событиях, имеющих место в жизни общества); аналитическую (осмысление, комментирование фактов и событий) и развлекательную (способствуют досугу и отдыху граждан) [26, с. 25].

Б.П. Прохоров в качестве основной функции журналистики называет коммуникативную. В числе наиболее значимых он определяет функцию формирования массового сознания (идеологическую и социально ориентирующую), включающую в себя широкий диапазон воздействия на человека, начиная от формирования общественного мнения до воздействия на ценности, ... мировоззрение аудитории. К идеологической функции примыкает культурно-образовательная, формирующая политический, экономический, правовой и иной уровень культуры. Другими, не менее значимыми, по его мнению, являются функции по оценке и обсуждению решений практической деятельности должностных лиц, обозначенные им как контрольная и регулятивная [27].

В.Л. Цвик, как и другие ученые-исследователи, также подчеркивает пропагандистскую, социально-педагогическую и организаторскую функции СМИ. В качестве основной он называет информационную функцию журналистики, уточняя, что информация должна быть объективной и достоверной, не интерпретированной в угоду политическим силам. Важной функцией СМИ, по его же мнению, также является функция социаль-

ного управления, которая состоит в обязанности СМИ донести до каждого гражданина страны общеобязательные нормативные акты, принимаемые властными структурами, разъяснить существующие законы и предписания ..., а в случае несоответствия действующих законов международным нормам ... или просто неэффективности тех или иных статей – привлечь к ним внимание общественности, законодателей и добиться приведения законов в соответствие с современными требованиями. Одним словом, выполнение функции социального управления, по его мнению, предполагает, что СМИ пропагандируют образ жизни, соответствующий правовым нормам конкретного государства. В.Л. Цвик также подчеркивает относительно новую функцию СМИ – интегративную, основной целью которой является как усиление общих для всего общества ценностных установок, так и противодействие деструктивным тенденциям, назревающим в государстве и обществе [28].

Развивая положение о функциях средств массовой информации, С.Г. Корконосенко использует понятие «социально-ролевая характеристика СМИ», выделив ее четыре социальные роли: производственно-экономическую; информационно-коммуникативную, регулирующую и духовно-идеологическую. Исследуя вопрос о роли средств массовой информации в обществе глубже, чем другие авторы, С.Г. Корконосенко выделяет четыре группы субъектов, которые влияют на средства массовой информации и, тем самым, на её функции, в соответствии со своими потребностями. По его мнению, главным субъектом по отношению к журналистике является общество. Личность (гражданин) использует СМИ как в качестве своего морально-психологического удовлетворения, так и для того, чтобы ориентироваться в современном обществе. С целью удержания власти отдельные социальные структуры общества как субъекты определяют также такие функции средств массовой информации, как пропаганда и агитация [3, с. 153].

Итак, анализ научной литературы в исследуемой области, а именно по влиянию средств массовой информации на общество, государство и личность, считаем целесообразным выделить три основные группы их воздействия: идеологическую, культурную и социальную [29, с. 33].

Таким образом, можно констатировать, что средства массовой информации – это:

- а) средство информации;
- б) область духовно-творческой деятельности;
- в) орудие политического управления обществом.

При однозначной трактовке это может быть что-то одно. В реальной действительности СМИ – многогранное явление, так как СМИ могут быть тем и этим [3, с. 153].

С учётом того, что общественная жизнь подразделяется на четыре социальные системы:

экономическую, политическую, социальную и духовную, средства массовой информации, соответственно, могут также выполнять несколько ролей: производственно-экономическую, информационно-коммуникативную, регулирующую и духовно-идеологическую [3, с. 153].

В целом анализ работ российских учёных о функциях средств массовой информации в современном обществе позволяет сделать следующие выводы:

1) серьезных исследований о функциях, деятельности, роли и назначении средств массовой информации в сфере юриспруденции в советский и постсоветский периоды развития Российского государства нет. Есть отдельные наработки ученых-правоведов, которые будут использованы нами при анализе правового статуса средств массовой информации;

2) некоторые исследователи в процессе выявления функций СМИ отождествляют понятия «СМИ» и «журналистика». Содержательно эти два понятия различны. Журналистика как деятельность не исчерпывает весь объем деятельности СМИ. Понятие деятельность СМИ является более широким [30]. Закон РФ «О средствах массовой информации» еще более расширительно практикует это понятие;

3) многообразные функции и назначение средств массовой информации позволяет политическим силам использовать их в своих интересах на основе тех представлений (теоретических воззрений), которые у них сложились. При этом радио, телевидение, пресса, интернет и т.д. могут быть использованы политическими элитами в созидательном или разрушительном направлениях, о чём ярко свидетельствует развитие событий в России в конце двадцатого – начале двадцать первого века. Многофункциональность делает средства массовой информации универсальным средством управления в обществе.

Таким образом, можно сделать вывод, что вопрос о средствах массовой информации, как институте гражданского общества, субъектах СМИ и их функциях в российской юридической науке изучен слабо, хотя и востребован практикой. Вместе с тем, практика функционирования СМИ в советский и постсоветский периоды развития Российского государства и анализ законодательства о СМИ в развитых демократических странах, имеющих значительный опыт в этом вопросе, позволяет не только конкретизировать теоретические положения, но и выработать практические предложения по правовому регулированию СМИ на новом этапе развития Российского государства.

Литература

1. Блумер Г. Коллективное повеление: пер. с англ. / Американская социологическая мысль: тексты. М., 1994.
2. Дзялошницкий И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М.: АПК и ППРО, 2012.
3. Корконосенко С.Г. Введение в журналистику: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2011.
4. Прохоров Н.П. Журналистика и демократия. М.: Аспект-Пресс, 2004.
5. Фомичёва И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект-Пресс, 2012.
6. Уэбстер Фрэнк. Теории информационного общества / под ред. Е.Л. Вартановой. М., 2004.
7. Набоков И.А. Теория и практика массовой информации. Новосибирск: «СФУ», 2016.
8. Свитич Л. Г. Журнализм как аксиологический феномен // Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. М.: МедиаМир, 2013.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во «Эксмо», 2007. С. 284–295.
10. Дзялошницкий И. Доклад «Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции». М.: Московский центр Карнеги, 2001.
11. Шиловцев А.В. Современные информационные технологии как фактор угроз безопасности личности в современной России: аксиологический аспект // Информационное право. 2012. № 2.
12. Марченко М.Н. Советское и постсоветское государство и право (сравнительно-правовое исследование). М.: Проспект, 2017.
13. Мордовцев А.Ю., Яхонтова Т.В. Гражданское общество и социальная политика в современной России: теоретико-методологический анализ // Российская академия юридических наук: научные труды. Т.1. М., 2005. Вып. 5. С. 184–187.
14. Авакьян С.А. Конституционное право России: учебный курс: в 2 т. Т.1. М.: Юрист, 2005. С. 439–441.
15. Куликова С.А. Конституционный запрет цензуры в России: монография / под ред. Г.Н. Комковой. М.: Проспект, 2016.
16. Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики: учебник. 2-е изд., испр. и доп., М., 2009.
17. Андреева Г. Н. Конституционное право зарубежных стран: учебник. М.: Изд-во Эксмо, 2005.

18. *Авакьян С.А.* Конституционная теория и практика публичной власти: закономерности и отклонения // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 10.
19. *Паламарчук С.А.* Совершенствование конституционно-правового регулирования права на информацию в сети интернет // Северо-Кавказский юридический вестник. 2015. №4. С. 108–113.
20. *Рихтер А.Г.* Правовые основы интернет-журналистики: учебник. М., 2014.
21. *Фролова Т. И.* Информационные агентства // Средства массовой информации России. М.: Аспект Пресс, 2011.
22. *Фролова Т.И.* Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество: академическая монография. М.: Медиа Мир, 2014. С. 80–84.
23. Советский энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия», 1979.
24. Большой толковый словарь / под ред. С.А. Кузнецова. М., 2000.
25. Популярный юридический энциклопедический словарь / редкол.: О.Е. Кутафин, В.А. Туманов, И.В. Шмаров. М.: Большая российская энциклопедия, 2000.
26. Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект-Пресс, 2000. С. 25–27.
27. *Прохоров Н. П.* Введение в теорию журналистики. 2-е изд. М., 1998.
28. *Цвик В. Л.* Введение в журналистику: учебное пособие. М.: МНЭПУ, 2000.
29. *Перикс Г.* Журналистика как отрасль духовного производства. Основные понятия теории журналистики. М., 1993.
30. *Науменко Т.В.* Функция журналистики и функции СМИ // Credo. 2000. № 20^a.

References

1. *Blumer G.* Kollektivnoe povelienie: per. s ang. / Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl': teksty. М., 1994.
2. *Dzyaloshitskii I.M.* Mediaprostranstvo Rossii: probuzhdenie Solyarisa. М.: APK i PPRO, 2012.
3. *Korkonosenko S.G.* Vvedenie v zhurnalistiku: uchebnoe posobie. М.: KNORUS, 2011.
4. *Prokhorov N.P.* Zhurnalistika i demokratiya. М.: Aspekt-Press, 2004.
5. *Fomicheva I.D.* Sotsiologiya SMI. М.: Aspekt-Press, 2012.
6. *Uebster Frenk.* Teorii informatsionnogo obshchestva / pod red. E.L. Vartanovoi. М., 2004.
7. *Nabokov I.A.* Teoriya i praktika massovoi informatsii. Novosibirsk: «SFU», 2016.
8. *Svitich L. G.* Zhurnalizm kak aksiologicheskii fenomen // Massmedia i tsennostnye otnosheniya obshchestva / pod red. G.V. Lazutinoi. М.: MediaMir, 2013.
9. *Kara-Murza S.G.* Manipulyatsiya soznaniem. М.: Izd-vo Eksmo, 2007. S. 284–295.
10. *Dzyaloshitskii I.* Doklad «Informatsionnoe prostranstvo Rossii: struktura, osobennosti funktsionirovaniya, perspektivy evolyutsii». М.: Moskovskii tsentr Karnegi, 2001.
11. *Shilovtsev A.V.* Sovremennye informatsionnye tekhnologii kak faktor ugroz bezopasnosti lichnosti v sovremennoi Rossii: aksiologicheskii aspekt // Informatsionnoe pravo. 2012. № 2.
12. *Marchenko M.N.* Sovetskoe i postsovetskoe gosudarstvo i pravo (sravnitel'no-pravovoe issledovanie). М.: Prospekt, 2017.
13. *Mordovtsev A.Yu., Yakhontova T.V.* Grazhdanskoe obshchestvo i sotsial'naya politika v sovremennoi Rossii: teoretiko-metodologicheskii analiz // Rossiiskaya akademiya yuridicheskikh nauk: nauchnye trudy. T.1. М., 2005. Vyp. 5. S. 184–187.
14. *Avak'yan S.A.* Konstitutsionnoe pravo Rossii: Uchebnyi kurs: v 2 t. T.1. М.: Yurist", 2005. S. 439–441.
15. *Kulikova S.A.* Konstitutsionnyi zapret tsenzury v Rossii: monografiya / pod red. G.N. Komkovo. М.: Prospekt, 2016.
16. *Rikhter A. G.* Pravovye osnovy zhurnalistiki: uchebnik. 2-e izd., ispr. i dop., М., 2009.
17. *Andreeva G. N.* Konstitutsionnoe pravo zarubezhnykh stran: uchebnik. М.: Izd-vo «Eksmo», 2005.
18. *Avak'yan S.A.* Konstitutsionnaya teoriya i praktika publichnoi vlasti: zakonomernosti i otkloneniya // Konstitutsionnoe i munitsipal'noe pravo. 2016. № 10.
19. *Palamarchuk S.A.* Sovershenstvovanie konstitutsionno-pravovogo regulirovaniya prava na informatsiyu v seti internet // Severo-Kavkazskii yuridicheskii vestnik. 2015. № 4. S. 108–113.
20. *Rikhter A.G.* Pravovye osnovy internet-zhurnalistiki: uchebnik. М., 2014.
21. *Frolova T.I.* Informatsionnye agentstva // Sredstva massovoi informatsii Rossii. М.: Aspekt Press, 2011.
22. *Frolova T.I.* Gumanitarnaya povestka rossiiskikh SMI. Zhurnalistika, chelovek, obshchestvo : akademicheskaya monografiya. М.: Media Mir, 2014. S. 80–84.
23. Sovetskii entsiklopedicheskii slovar'. М.: «Sovetskaya entsiklopediya», 1979.
24. Bol'shoi tolkovyi slovar' / pod red. S.A. Kuznetsova. М., 2000.
25. Populyarnyi yuridicheskii entsiklopedicheskii slovar' / redkol.: O.E. Kutafin, V.A. Tumanov, I.V. Shmarov. М.: Bol'shaya rossiiskaya entsiklopediya, 2000.

26. Sistema sredstv massovoi informatsii Rossii: uchebnoe posobie dlya vuzov / pod red. Ya.N. Zasurskogo. M.: Aspekt-Press, 2000. S. 25–27.
27. Prokhorov N.P. Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki. 2-e izd. M., 1998.
28. Tsvik V.L. Vvedenie v zhurnalistiku: uchebnoe posobie. M.: MNEPU, 2000.
29. Periks G. Zhurnalistika kak otrasl' dukhovnogo proizvodstva. Osnovnye ponyatiya teorii zhurnalistiki. M., 1993.
30. Naumenko T.V. Funktsiya zhurnalistiki i funktsii SMI // Credo. 2000. № 20^a.

Поступила в редакцию 8 ноября 2019 г.
Received 8 November, 2019