## Содержание

Введение

1. Взаимоотношения власти и СМИ

1.1 Модель отношений государства и СМИ

1.2 Государственная власть и структура массового информирования

2. Изменения современного состояния СМИ

2.1 Теории о СМИ

2.2 Влияние СМИ

3. Исследование позиции журналиста на примере анализа журнала «Newsweek»

Заключение

Библиографический список

Список источников

## Введение

В начале 90-х годов произошел серьезный качественный разрыв между уровнем развития СМИ и других общественных институтов в России. Пресса оказалась далеко впереди, но обществом, испытавшим шоковые потрясения, это не было востребовано. СМИ в результате оказались самодостаточными и их развитие пошло по иным законам.

В 1996 г. исследование «СМИ глазами россиян» показало уровень недоверия населения к СМИ - 69%. К 2001 г. этот показатель вырос до 80% - наглядный результат опытов по манипулированию общественным сознанием. Налицо защитная реакция населения на систему параллельных мифов, навязываемых, в том числе и через СМИ. При этом только 20% опрошенных полагают, что СМИ каким-то образом влияют на формирование их позиции.

Таким образом, мы имеем дело с серьезным кризисом самой медийной системы. Информационное пространство неплохо освоено экономически, но лишь как пространство рекламное. Оно плохо освоено с точки зрения человека, его интересов, его прав, его реальных проблем. Журналистика переживает кризис жанра.

Но состояние СМИ объективно отражает состояние общества. СМИ призваны обслуживать социальный заказ, поэтому при неразвитости общественных институтов в роли заказчика выступают иные структуры, которым требуется отработка их интересов.

Позиция журналиста в современном обществе зависит от многих причин, она может меняться со временем. но может и оставаться неизменной.

Цель данной работы – рассмотреть, изменилась ли позиции журналиста «Newsweek».

Объект исследования – позиция журналиста.

Предмет исследования – позиция журналиста русского «Newsweek».

Задачи:

* выявить современное состояние СМИ и, как следствие, возможные позиции журналистов по отношению к власти;
* рассмотреть изменения СМИ, произошедшие в последнее время;
* на примере журнала «Newsweek» проанализировать, изменилась ли позиция журналиста.

Методы:

* теоретический анализ литературных источников;
* теоретический анализ статей журнала «Newsweek».

Практическая значимость данной работы заключается в том, что на примере (базе) проведенного исследования возможно выстроить систему для наилучшего взаимоотношения власти и журналиста.

## 1. Взаимоотношения власти и СМИ

###

### 1.1 Модель отношений государства и СМИ

СМИ в России сегодня не являются «четвертой властью». В основе этого лежит, прежде всего, их финансовая зависимость от учредителей и владельцев. Однако не менее важно и распространенное (особенно в провинции) отсутствие понимания независимости как осознанной необходимости. Для редакторов и журналистов - это скорее осознанная бесполезность.

Таким образом, в ситуации, когда общество остается пассивным потребителем информации, СМИ становятся лишь рычагом для решения текущих проблем властных, либо корпоративных структур, финансирующих их.

При этом ситуация не отличается кардинально в провинции и в центре, как это было раньше. Так получается, что многие модели, отработанные в регионах губернаторами и другими «хозяевами жизни» работают теперь и на федеральном уровне, хотя воплощаются более изысканно.

Также следует признать, что современные российские СМИ не могут полностью соответствовать общепринятому понятию «mass media». Дело в том, что в условиях традиционного общественного договора, когда идет процесс взаимодействия гражданского общества и государства, как равноправных партнеров СМИ выступают, прежде всего, в роли посредника в этом диалоге.

В нашей же современной ситуации имеет место явное преобладание пропагандистской функции над коммуникативной.

Таким образом, в условиях невостребованности обществом института независимой прессы и распространенным пониманием прессы себя в роли рупора, складывается «российская модель» отношений государства и СМИ. Механизм их взаимодействия целиком и полностью начинает зависеть от субъективного фактора, т.е. личного отношения должностного лица к этой проблеме. Поэтому, если областная власть является соучредителем подавляющего большинства местных изданий, то естественно она всецело определяет информационную политику, которая может быть даже либеральной, но этот либерализм полностью зависит от сегодняшнего мнения губернатора[[1]](#footnote-1). Подобных примеров масса.

Естественно, что такого рода ситуация чревата легко прогнозируемыми последствиями. Очевидно, что суть любой власти заключается в постоянном стремлении к абсолютизации своего влияния. Причем делается это исключительно в интересах демократии и общественного блага. Гражданское общество и независимые СМИ, как один из его институтов, создают систему отношений с государством, уравновешивающую названную тенденцию. Поскольку власть, лишенная общественного контроля, очень быстро переключается лишь на решение своих проблем.

Наиболее сильно давление власти ощущается отечественными журналистами. Журналисты и правозащитные организации очень озабочены тем, что каждый новый закон становится все более жестким по отношению к свободе слова. Министерство информации и общественного согласия ставит, согласно законопроекту, огромное количество условий, по которым то или иное средство массовой информации может быть зарегистрировано. СМИ могут закрыть, например, за несоответствие тематики тому, что было изначально заявлено.

В 2000 году было широко освещено «дело НТВ». Эти действия несомненно усиливают впечатления, что власти России используют систему судебного преследования чтобы устранить известного критика правительства. Такие примеры давления официальных властей на независимую прессу представляют серьезную угрозу свободе средств СМИ.

**1.2 Государственная власть и структура массового информирования**

Экономический и организационно-правовой механизм деятельности российских СМИ не является достаточно ясным и прозрачным и нуждается в скорейшем законодательном урегулировании на основе приведении его в соответствие действующему Гражданскому кодексу и законодательству в сфере экономической и хозяйственной деятельности. В рамках такого урегулирования должны быть четко определены и разграничены права, обязанности и ответственность собственника (владельца), издателя и редакции[[2]](#footnote-2).

Наиболее острыми проблемами в рассматриваемой сфере являются проблемы взаимодействия и взаимоотношения государственной власти со структурами массового информирования, государственного контроля их деятельности и снятия цензуры информационной продукции, целесообразности наличия в государственной собственности средств такого информирования.

При решении проблемы взаимодействия органов государственной власти со средствами массового информирования следует учитывать два основных момента. Государственной власти необходимо активное информационное взаимодействие с гражданами и всеми структурами гражданского общества через средства массового информирования, способными представить и донести до общества ее позицию и оценки текущих внутриполитических и внешнеполитических событий без каких-либо искажений. Поэтому, особенно в период глубоких социально-экономических преобразования, начального этапа формирования открытого гражданского общества и рыночной экономики при отсутствии устоявшегося законодательного регулирования и культурно-нравственных традиций в сфере массового распространения информации, целесообразно сохранение части средств массового информирования в государственной собственности. Но при этом государственная власть обязана создавать условия наибольшего благоприятствования для существования и активной деятельности средств массового информирования, от нее независимых и, в первую очередь, экономически.

Только такие независимые средства массового информирования могут являться полноценными агентами гражданского общества и всей его структуры, действующими как социально-аналитические и контрольные механизмы, как канал «обратной связи», реализующий воздействие общественного мнения на власть. Вопрос принадлежности средств массового информирования и влияния этого фактора на их объективность имеет сегодня принципиальное значение для развития демократии в России[[3]](#footnote-3).

Наличие различных в смысле собственности средств массового информирования не исключает как государственный, так и общественный контроль за законностью их деятельности и необходимость пресечения монополизации и обеспечения свободной конкуренции в сфере массового распространения информации, которое, являясь инструментом информационного управления, существенно влияет на формирование общественного мнения и, естественно, таит определенные угрозы.

К таким угрозам следует, прежде всего, отнести

* существенное расширение возможностей нарушений естественного права человека на частную жизнь, включая личную и семейную тайны,
* политического манипулирования общественным мнением и монополизации средств и систем массового информирования такими ресурсно-обеспеченными акторами информационного рынка, как государство и элитные группы,
* столкновение политических и экономических интересов которых при этом и провоцирует возникновение «информационных войн»[[4]](#footnote-4).

Основное направление противодействия этим угрозам информационной безопасности личности, общества и государства лежит в правовом поле, в сфере законодательного регулирования информационных отношений, концептуальной основой которого должен стать перевод естественного и неотчуждаемого права человека и гражданина на информацию в систему позитивного права. При этом следует установить свободу всех компонентов права на информацию, раскрываемых через такие действия, как поиск, получение, передача, производство и распространение информации.

## 2. Изменения современного состояния СМИ

###

### 2.1 Теории о СМИ

В системе средств массовой информации произошли грандиозные изменения. Средства массовой информации поставляют многочисленные факты и темы для обсуждения, обеспечивая успешное общественное взаимодействие. На самом деле, не любой аналитик согласился бы с этим утверждением. В наше время модно говорить, что средства массовой информации - это вполне стандартный типичный рынок. С этой точки зрения, функцией СМИ было бы обеспечить себе целевую аудиторию и спрос на продукты средств массовой коммуникации и таким образом сделать деньги. Такой подход к проблеме далеко не исчерпывающий. Средства массовой информации обеспечивают необходимую интеграцию современного общества, которое является очень расщепленным[[5]](#footnote-5).

Политическая система при выполнении своих задач сталкивается со все большими трудностями. Это является первопричиной потери общественной поддержки. Функция системы средств массовой информации чрезвычайно важна в современном обществе. Для каждого индивида, роль СМИ возрастает, потому что только с их помощью он может воспринять реальность и происходящие в мире события. Средства массовой информации помогают выстроить определенную действительность. Мы нуждаемся в них, чтобы действовать в таком сложном мире. На современном этапе заметно движение от политической системы к системе средств массовой информации как на уровне всемирного общества, так и на индивидуальном уровне.

Согласно одной теории, средства массовой информации на данный момент приоритетнее государственной политики, они являются политически более важными, чем сама политика. В этом смысле средства массовой информации решают, какие проблемы входят в повестку дня, какие из них будут решены, кто станет новым президентом. В соответствии с этим утверждением ученые называют подобный строй телекратия вместо демократии, телевыборы вместо выборы.

Другая теория полагает, что государственная политика осознает эту победу средств массовой информации и пытается уменьшить их влияние. Согласно этой теории государственная политика стремится к контролю над средствами массовой информации. В качестве доказательства этой точки зрения рассматриваются персональные контактные сети между средствами информации и политиками. Еще одним доказательством может стать то, что влиятельные медиа-компании в определенном смысле связаны с политическими партиями. Наконец влияние партий на общественное радио и телевидение может быть расценено как инструмент создания государственного контроля над средствами массовой информации.

Третья теория - называемая теорией суперсистем - определяет, что средства массовой информации и политическая система развились в одну единую систему, с общей целью контроля над гражданами, она включает одних и тех же людей и имеет одну общую структуру.

Таким образом, теорий много, но можно остановиться на том, что СМИ - наиболее важный фактор в борьбе за поддержку политической системы.

Потеря политической системой поддержки в обществе вынуждает ее более активно заниматься коммуникацией. Это является эффективным, очевидно, только при использовании структурных и культурных установок современной системы СМИ, которые можно описать как триумф развлекательной индустрии, с преобладающим персонализмом, негативизмом, краткосрочностью и агонией долгосрочной аналитической политической информации. Использование этих принципов создает новые проблемы в политической системе. В краткосрочном периоде это представляется результативным, но в долгосрочном периоде подобная политика еще сильнее уменьшит поддержку. Это - дилемма современной политической коммуникации, замена демократии телекратией.

В общественных процессах современного коммуникационного общества все более значительную роль играет публичная коммуникация.

Это обусловлено тем, что индустриальное общество, хотя еще и не полностью сменилось коммуникационным, однако последнее уже как бы наложилось на него. Мы продолжаем жить, пользуясь материальным благополучием, возникающим в результате промышленного производства, однако то, как именно мы живем, да и само промышленное производство во все большей мере определяется коммуникационными процессами, которые идут в промышленных предприятиях, в бюрократических структурах, в объединениях предпринимателей или профсоюзах, в партиях и общественных движениях, но, прежде всего - определяется публичной коммуникацией

История последнего времени неразрывно связана с развитием капиталистических (рыночных) отношений. На определенном этапе эти отношения проникли в сферу СМИ. В массовом тексте все ярче видны черты товара. В массовой прессе проявляется тенденция составлять тексты, ориентированные на удовлетворение непритязательных запросов как можно более обширной аудитории, а, как известно, производитель всегда ориентирует товар на массовый сбыт для получения максимальной прибыли. Следствием этого становится стремление продать текст (или газету как совокупность текстов) за максимальную цену, вне зависимости от реальной ценности. Качество содержания текста отходит на второй план. На первый выходит «упаковка» товара – его визуальное оформление, привлекающее читательское внимание. Массовые газеты первыми начинают использовать цвет, иллюстрационное сопровождение, крупные заголовочные комплексы.

Одной из причин развития массовой прессы можно назвать дальнейшее расширение функций журналистики. Наравне с гносеологической функцией все большую роль начинают играть аксиологическая, творческо-созидательная, эстетическая, рекреативная и гедонистическая функции. С появлением последних двух в значительной мере связано начало функционирования массовой печати. Рекреативная функция реализуется через предоставление аудитории развлекательных и банализированных материалов, позволяющих читателю расслабиться, отвлечься от личных проблем и работы. Гедонистическая функция реализуется путем выполнения «заказа» читателя, осознания индивидуумом включенности в коммуникационный процесс. Эти функции выполняет любой вид прессы, однако в сфере массовой журналистики удовлетворение рекреативных и гедонистических запросов является конституирующей приметой данного типа. Таким образом, основная причина развития массовой прессы объясняется особенностями эволюции массового сознания в индустриальном и постиндустриальном обществе.

Денежные доходы формируются таким образом, чтобы СМИ не попали под полный финансовый контроль той или иной структуры. Управление общественными средствами массовой информации, как правило, осуществляется наблюдательными советами. В наблюдательные советы входят представители политических партий, общественных организаций, государственной власти, других объединений, имеющих авторитет и признание в обществе. Эти управленческие структуры осуществляют контроль над распределением финансовых средств, определяют информационную политику СМИ, следят за соблюдением правила пропорционального распределения эфирного времени (общественная форма собственности характерна для электронных средств массовой информации) между различными партиями и организациями. Такой порядок дает возможность координировать деятельность СМИ в соответствии с интересами общества и обычно декларируется специальными законодательными актами.

Универсальные СМИ (издания общеполитической тематики, общего профиля) рассчитаны на широкую аудиторию. Общественно-политическая, культурная и другая самая разнообразная информация, представленная в таких изданиях, предназначена для любого человека, интересующегося текущими событиями[[6]](#footnote-6).

Массовая пресса ориентирована на людей с невысоким уровнем образования, ее читатели – те, кто хочет отдохнуть, поразвлечься, узнать о разного рода скандалах и сенсациях. Содержание популярных, массовых изданий носит развлекательный, сенсационный характер. Им не свойственна высокая степень аналитичности, и как следствие практически отсутствуют материалы публицистических жанров. Для массовой периодики характерным является обилие иллюстраций, фотографий, крупные броские заголовки. Однако не следует рассматривать массовую печать как нечто второсортное, как продукцию низкого профессионального уровня. Вернее будет вести речь об особых правилах и стандартах, которые присущи данному виду журналистики.

Качественные СМИ предназначены для политиков, представителей деловых кругов, управленцев, тех, кто управляет и обладает политической и экономической властью, а также следит за развитием событий в этой области. Такие издания, как правило, учреждены и задействованы политически влиятельными группами людей, институтами общества (либо государственными институтами) для реализации их общественно значимых интересов и потребностей. Качественной прессе свойственна аналитичность. Графическая модель издания имеет строгий характер, умеренно используются иллюстрации и фотографии.

### 2.2 Влияние СМИ

В современных условиях зачастую сложно провести четкое деление прессы на массовую и качественную – многие издания имеют признаки как массовых, так и качественных СМИ. Газеты, ориентированные на солидную публику, для привлечения новых читателей начали уделять внимание новым темам и использовать в содержательной и графической модели элементы, не характерные для традиционной качественной прессы[[7]](#footnote-7).

На протяжении столетий средства массовой информации являлись своеобразным «зеркалом» социальных, политических и экономических процессов. На страницах печатных изданий, в эфире радио и телевидения освещались события, которые происходили на определенных исторических этапах. Вместе с тем в исследовательской литературе СМИ рассматриваются как своеобразный институт, что подразумевает их непосредственную вовлеченность в общественно-политическую и экономическую жизнь отдельных народов и целых государств. Таким образом, с одной стороны, СМИ являются носителями общественной идеологии и структурно включены в политическую модель общества. С другой стороны, как экономические предприятия, средства массовой информации имеют возможность пользоваться теми же достижениями технического прогресса, что и другие участники экономической деятельности, и наравне с ними ограничены в развитии сложившимся уровнем производственных отношений.

Все это, несомненно, справедливо и для современных информационных процессов. Тенденции развития средств массовой информации и сегодня во многом обусловлены особенностями развития общества и государства.

В борьбе центральных и местных изданий есть новая тенденция: доля ежедневных центральных изданий в местном чтении падает, доля еженедельников растет.

Растет показатель величины недельной аудитории, то есть еженедельники выигрывают борьбу за читателя, тяга к чтению размывается.

Успех современных деловых изданий достигается за счет содержательности, относительной объективности, достоверности, независимости суждений и представительности мнений экспертов.

Сегодня пресса воздействует не на органы исполнения, а на слои населения, которые важно подтолкнуть к определенному умонастроению и соответствующему поведению. С этой точки зрения влияние СМИ увеличилось, поскольку существует множественность мнений.

Желание выжить приводит к тому, что качественные газеты заключают договоры на информационное обслуживание, принимают негласное участие в политических кампаниях и боях за передел собственности и финансовых потоков. Читатели получают вместо аналитических обзоров солидную порцию дезинформации. Поэтому сам термин «качественная газета» становится все более и более условным.

Понятия качественной и деловой прессы в научной литературе часто выступают в качестве синонимов. По мнению Д.А. Мурзина, причина здесь видится в том, что, с одной стороны, деловая пресса присутствует во всех классах СМИ. Это род прессы, социальная функция которой состоит в обеспечении коммуникаций. Последние не ограничиваются только бизнес-сообществом. А содержательная палитра деловой прессы шире политической, экономической или собственно бизнес-информации. В самом общем виде деловая пресса оперирует любой информацией, могущей оказать влияние на поведение агентов рынка или отражающая этот поведение[[8]](#footnote-8). С другой стороны, качественная пресса в своей профессиональной деятельности опирается на доктрину социально-ответственной журналистики. В силу понимания своей ответственности она исповедует принципы достоверности, объективности и непредвзятости, независимости суждений и представительности мнений. По мнению Д.А. Мурзина, деловая пресса по определению является качественной. Теряя характер качественного источника информации, она перестает выполнять свою коммуникативную функцию, заданную аудиторией, перестает быть деловой и переходит в другой тип прессы.

В свою очередь А. Грабельников вводит дополнительные критерии деловой прессы. По его мнению, качественные издания характеризует высокий аналитический, журналистский и полиграфический уровень. Это не прежняя доперестроечная пресса, в которой велась экономическая пропаганда и экономическое воспитание трудящихся. Здесь публикуется экономическая и финансовая информация для принятия самостоятельных управленческих решений со стороны читателя – промышленника, банкира, финансиста, коммерсанта, – которому для этого необходимы точность, всесторонность, оперативность газетной продукции. Эти издания не просто пишут о бизнесе, они обслуживают его. Здесь ценятся не столько публицистические рассуждения журналистов, сколько мнения компетентных специалистов.

## 3. Исследование позиции журналиста на примере анализа журнала «Newsweek»

Леонид Парфенов, назначенный главным редактором журнала «Русский Newsweek», надеется, что в издании не будет запретных тем и цензуры.

«Нет, никаких политических ограничений, и вообще каких бы то ни было ограничений цензурного характера ни американская, ни немецкая сторона не ставили. Об этом даже не заходила речь», - сказал Л.Парфенов. При этом, по его мнению, формат журнала позволяет говорить практически обо всем. «Можно касаться всех тем, которые не запрещены Уголовным кодексом. Свободу слова у нас гарантирует соответствующая статья Конституции», - сказал Л.Парфенов.

Л. Парфенов, бывший автор и ведущий программы «Намедни», был уволен с НТВ весной этого года. Фактической причиной увольнения стало то, что он взял интервью у вдовы одного из чеченских сепаратистов Зелимхана Яндарбиева, а когда ему руководство компании запретило вставлять его в программу, он предал этот факт огласке.

Назначение Л.Парфенова в декабре 2004 года позволяет говорить о том, что руководство журнала представляет оппозиционную точку зрения по отношению к властным структурам.

Начиная с первых номеров журнала, мы можем увидеть, что журналисты настроены довольно воинственно по отношению к власти: «Политика—искусство возможного, это хорошо знал дедушка Ельцин, но почему-то не сообщил своего знания молодому энергичному наследнику. Наследник, ставший президентом на волне потрясающей удачи, подумал, что он может, например, заставить бизнес ходить по струнке, достаточно двух-трех показательных процессов. И он, и те, кто сейчас вспоминает 30-е годы (включая даже Ходорковского), не понимают коренной разницы. Она состоит в том, что пытками, смертной казнью и вообще массовым террором можно теоретически заставить ходить по струнке политиков, чиновников, писателей даже, но не бизнес. Не потому, что бизнес (особенно современный крупный российский, выросший известно в каких условиях) будет покрепче характером, а потому, что бизнес не способен делать то, что ему невыгодно, — или это не бизнес. Он либо сразу плюнет тебе в рожу, либо потихоньку утечет, и уж в любом случае удваивать ВВП не станет.

Впрочем, не станем обижать и остальных. Если не применять все тех же смертной казни и массового террора, не будут ходить по струнке даже чиновники. Они и не ходят. Им говорят не брать взяток, а они берут, им говорят действовать по закону и соблюдать процессуальные нормы, а они не действуют и не соблюдают. Их умоляют повысить эффективность государственного управления, а они не повышают»[[9]](#footnote-9).

В этом же номере можно увидеть еще одну статью, примерно такого же плана: Контроль над телевидением всегда был одной из главных забот нынешней президентской администрации. И результаты этого контроля налицо. НТВ после очередной смены менеджмента не осмелился задать вопрос о Беслане руководителю ФСБ Николаю Патрушеву. Точно так же этот вопрос не прозвучал на недавней пресс-конференции Путина, которую Первый канал и РТР транслировали в прямом эфире. Кого из политиков показывать в телеэфире, а кого - нет, тоже решают в администрации»[[10]](#footnote-10).

Продолжение этой темы (и этой же позиции журналистов) заметны в следующих номерах: «Плоды выросли горькие. Получается, все пять лет своего президентства Владимир Путин строил какую-то неправильную вертикаль. Еще советский опыт показал, что из центра невозможно предусмотреть и отследить, чем нововведения обернутся на местах, говорит Евгений Гавриленков из «Тройки Диалог». Чем больше централизация власти, тем хуже проходит «сигнал» в регионы. Совсем плохо получается, когда власть в центре, затевая реформы, ни с кем не советуется. Однако Кремль вряд ли сделает из кризиса правильные выводы. Скорее наоборот — президент, который теперь не доверяет никому, продолжит укреплять вертикаль свой личной власти»[[11]](#footnote-11).

Февральский номер продолжает публиковать статьи, которые носят такой же характер по отношению к властям. Статья Е.Письменной начинается ироничными словами: «Премьер-министр Михаил Фрадков так хочет потратить деньги из стабилизационного фонда, что готов ради этого поменять имидж. Теперь из осторожного консерватора сделался убежденным либералом. Аппарат подготовил ему предложение о резком снижении налога на добавленную стоимость (НДС). До 13%, а не до 16, как предполагалось раньше. Вопреки обыкновению, премьер не положил его под сукно, а начертал на документе уверенное: «Согласен»[[12]](#footnote-12).

Михаил Фишман продолжает тему президента и чиновников: «Фасад тотальной лояльности кремлевским инициативам только на время скроет реальное неумение центральной власти реагировать на локальный гражданский интерес и удерживать социальную гармонию. Примерно так же, как это уже случилось с отменой льгот, когда большинство губернаторов — ожидая переназначений, они уже как назначенные — предпочли взять под козырек, а не бороться за права пострадавших льготников»[[13]](#footnote-13).

В восьмом номере журнала появилась статья «без автора», но имеющая интригующий заголовок: «Чем Касьянов хуже Ющенко?». Стиль статьи не сильно отличается от описанных выше: «Вряд ли осторожный и опытный Касьянов просто погорячился. Теперь эти «февральские тезисы» открывают два пути. Стать вторым российским Примаковым: экс-премьер, замахнувшийся на трон, теперь изничтоженный Доренко, сидит, не рыпаясь в Торговой палате – и это еще лучший сценарий. Или стать первым российским Ющенко: действительно кого-то «объединить» и доказать, что «все возможно». Но, кажется, даже Россия больше похожа на Украину, чем импозантный Михаил Михалыч на политического борца, одолевающего административный ресурс и побеждающего в медиавойнах. Но других кандидатов на эту роль не видно»[[14]](#footnote-14).

Появление на страницах журнала нового имени не изменило общий настрой статей: «То, что в России теперь не ждут не только лавину, но и даже легкий снегопад, а сама страна с ностальгией вспоминает то, что было до пришествия Горбачева, и постепенно адаптирует доперестроечные порядки, в Турине почти не обсуждали. Радикален был лишь Александр Яковлев: «Верховные жрецы нынешней власти не хотят знать, как тернист был путь к свободе, какие жертвы пришлось принести реформаторам». Другие ораторы искали все ответы в прошлом. «Перестройка кончилась сговором руководства Украины, России, Белоруссии», - вдруг рассердился Горбачев, и видно было - ну не может он их простить, особенно того, который из России. Под горячую руку попал и Запад: «А западные страны (в частности США) не захотели измениться. Хотя мы договаривались, что они должны измениться не меньше». Получалось, что Михаил Сергеевич косвенно подтвердил модную в России теорию, что перестройка - это итог сговора руководства США и СССР»[[15]](#footnote-15).

Даже в названии статьи мы можем уловить скрытую иронию.

Главной темой 11 номера стала статья «Тихий час» («Пятилетка Путина»). Михаил Фишман, не меняя своей позиции и своего настроя, продолжает иронизировать на тему власти: «Вообще-то государственный курс должен был проясниться с утверждением год назад нового правительства. По крайней мере, так объяснял президент, назначая на место Михаила Касьянова малоизвестного брюссельского посланника Михаила Фрадкова. В итоге на беспомощный кабинет Фрадкова просто вешают всех собак, по схеме - идея отличная, исполнение провальное. К примеру, вице-премьер Александр Жуков, официально направленный в правительство думским большинством, перед своим назначением вроде бы добивался у президента разрешения на реформы. Сначала ему дали добро, а после неуспеха с монетизацией льгот остановили. И теперь в Кремле разводят руками: как это так, правительство до сих пор не в отставке, ведь оно вообще ничего не может. У депутатов правительство тоже главная мишень. Депутаты тоже не много могут - им делать нечего, у них повестки пленарных заседаний исчерпываются к обеду»[[16]](#footnote-16).

Евгения Письменная, появившись вновь на страницах журнала, не уступает М.Фишману: «За последние десять месяцев российская биржа второй раз по-крупному сыграла на словах Владимира Путина. В июне акции ЮКОСа подскочили на 20%, стоило президенту сказать, что правительство не хочет банкротить нефтяную компанию. С тех пор от нее мало что осталось. А на прошлой неделе слово президента спекулянты оценили дешевле: акции «Норильского никеля», например, подросли всего на 6%. И это после знакового обещания Путина сократить срок давности по приватизации с десяти до трех лет, то есть фактически забыть о том, как государство продавало свои лучшие активы, в том числе «Норникель»[[17]](#footnote-17).

Тему продолжает М.Фишман: «Вот на последней встрече президента с предпринимателями установилось какое-то подобие доверия, делился впечатлениями с Newsweek один крупный бизнесмен, так теперь оно снова рухнуло. Или другая новость: Владимир Путин объявил, что в 2008 г. не пойдет на президентские выборы, зато, возможно, пойдет в 2012-м. И бизнесмены размышляют в кулуарах, как это понимать - что Путин уже выбрал себе преемника или пока просто хочет успокоить, что не пойдет на третий срок? А то все нервничают. Почему он заговорил об этом сейчас, когда вроде за язык никто не тянул? И как это повлияет на ближайшие перспективы Михаила Касьянова? Многие участники форума видят в нем потенциального лидера и даже, всякое бывает, участника кампании-2008. За ним следят с интересом»[[18]](#footnote-18).

Дальнейшие статьи Михаила Фишмана остаются верны своей линии: «Потом, в конце марта, президент сам позвал к себе в гости бизнесменов. Вроде бы ему все-таки объяснили, что экономика могла бы расти в два раза быстрее, если бы они не боялись вкладывать деньги. Бизнесмены из РСПП сначала идти к Путину не хотели, рассказывает кремлевский чиновник, мол, им и так все ясно: «[Владимир] Устинов у него прокурор, нас он не слышит, в Чечню мы вкладываться не хотим, а про то, что мы должны ПТУ финансировать, и сами как-нибудь решим. О чем говорить-то?» Но в итоге разговором остались очень довольны. Президент их успокоил в целом и в частности пообещал сократить срок давности по приватизационным сделкам с десяти лет до трех. В плане встречи этой новости не было - по сведениям Newsweek, ее приберегали для послания Федеральному собранию. Но президент, видимо, решил, что ему и так будет что сказать. От послания тоже ждали, что оно будет в прогрессивном либеральном духе: «Если хоть половину сказанного начнут выполнять, - говорил накануне кремлевский чиновник, - это уже будет прорыв»[[19]](#footnote-19).

Следующий номер продолжает тему президента: «В этом году президент зачитал Федеральному собранию уникальное послание. Оно совершенно расходится с делами власти последних лет. К его написанию вообще не привлекали людей из правительства. И, наконец, сам президент исполнил послание дважды — сначала, как и положено, устно. А через две недели — на бис, письменно, в виде поручений. Теперь никто из чиновников не сможет сказать, что чего-то не так понял. Для того, чтобы саботировать путинские указания, им придется приложить все свое умение»[[20]](#footnote-20).

В этом же номере М.Фишман: «Президенту эти гигантские декорации подошли. В Кремле рапортуют, что Юбилей провели без сбоев, и политическая повестка выполнена. Трибуны на Красной площади, заполненные главами ведущих стран мира, — личный успех Владимира Путина. Несмотря на крепнущий конфликт с Западом, Путин доказал, что может собрать в Москве очень солидную публику. Что к нему—приедут. «Сам этот факт—достижение, большой плюс», — говорит директор Московского центра Карнеги Эндрю Качинс. Удалось также напомнить миру, что СССР и Россия, его преемница, были главным героем Второй мировой. А из одного этого факта вроде как автоматически следует, что Россия—мировая держава, была, есть и будет. Все газеты мира написали простую, но для очень многих новую вещь, объясняет председатель Совета по внешней и оборонной политике Сергей Караганов, что три четверти немецких солдат погибли на русском фронте, и за это мы заплатили 27 миллионов жизней: «Играем тем, что есть»[[21]](#footnote-21).

Статья Евгении Письменной в июньском номере продолжает тему азарта и чиновников: «Раньше в правительстве очень любили тотализатор. Ставки на увольнение премьеров принимались непрерывно. Борис Ельцин регулярно обеспечивал азартным чиновникам поводы для игры - он менял правительства много и с удовольствием. На Михаила Касьянова ставки делали все четыре года его премьерства - но это уже было не то, слишком прочно сидел первый путинский премьер. Но теперь, когда Михаила Фрадкова отправляют в отставку чуть ли не каждую неделю, тотализатор не работает. Игроки в правительстве остались, но статус главы правительства какой-то непонятный, а потому, как выразился один из чиновников, «азарта уже нет»[[22]](#footnote-22).

Тема Ходорковского продолжает оставаться одной из центральных наряду с темой чиновников и президента: «По обвинениям, предъявленным в суде, сидельцев Михаила Ходорковского и Платона Лебедева, наверное, надо было и вовсе оправдать. Прокуроры не нашли, как говорят газетчики, эксклюзива, и процесс был построен на общеизвестных фактах сокращения бизнес-издержек, которыми пестрели девяностые. С точки зрения здравого смысла преступный уход от налогов — это нарушение неписаных правил налоговой оптимизации. Если, подгоняя бухгалтерию к букве налогового кодекса, вы уклоняетесь, как все, то в чем вы виноваты? И налоговый, как выражается Владимир Путин, террор, закономерно развязанный по следам дела ЮКОСа, подтверждает аргументы адвокатов олигарха. Не конкретные злоумышленники, а взаимоотношения бизнеса с государством задним числом попали под статью. Лучше всех сформулировал вину Ходорковского политик, который с ним вместе войдет в историю. Мы не понимаем, сказал недавно Владимир Путин, как можно в рамках закона за 5 – 6 лет заработать $6 – 7 млрд. личных средств. И это нравственный, а не налоговый вопрос. От имени государства и общества—то есть и от нашего с вами имени — президент Путин предъявил гражданину Ходорковскому моральный счет на девять лет колонии общего режима»[[23]](#footnote-23).

Михаил Ходорковский и Платон Лебедев получили по девять лет. Этот приговор – «памятник басманному правосудию», сказал в заключительном слове Ходорковский. Понятно, кстати, почему девять. Чтобы не десять. Так же много, но не десять. Потому что «десяточка» – один из символов Советского Союза, ну примерно как Гагарин или, там, серп и молот. А мы же не в СССР – мы в свободной России давно живем. И десять лет за хозяйственные нарушения у нас давать не принято. Еще эта «девяточка» в противовес «десятке» – намек на объективность Мещанского суда, который на поводу у прокуратуры все же не пошел. А сугубо независимо, со стороны, состязательно, так сказать, взглянул на это дело.

Мы уже привыкли к так называемому «делу ЮКОСа». Летом 2003 года взяли Лебедева. В октябре – Ходорковского. С тех пор Россия живет по-другому, не так, как раньше. Но реальная точка отсчета – приговор. Приговор – это когда уже нельзя повернуть назад. Поэтому не лето и даже не октябрь 2003, а 31 мая 2005 года войдет в итоге в исторические учебники. Дата и цифра - 9 лет, - определившие современную Россию.

Летние номера (несмотря на время покоя и отпусков) продолжают не только говорить о президенте, но и ставить эти статьи «темой номера»: «В России разворачивается кризис восьмого года. Уже давно. С прошлого года, когда премьер-министром России стал Михаил Фрадков (ведь нельзя же совсем без премьера), а в связи с Бесланом были отменены выборы губернаторов и депутатов-одномандатников. Чем последовательнее Владимир Путин зачищал очаги возможной фронды и избавлялся от потенциальных конкурентов, тем отчетливее, рельефнее проступал кризис. В форме борьбы с «оранжевой угрозой»: последний эпизод - Генпрокуратура возбудила дело против экс-премьера Михаила Касьянова, который намекает, что готов возглавить оппозицию. В форме стагнации и распада: правительство, госкомпании разбиты в параличе, реформы встали, а экономический рост замедлился почти вдвое. В исчерпывающей 2008 г. конструкции «уйти нельзя остаться» по правилам политического синтаксиса знаки препинания ставить негде. И все ждут. Затаив дыхание, ждут президентских выборов, в надежде, что из этого глухого тупика чудесным образом найдется выход. Что все вдруг образуется и станет хорошо»[[24]](#footnote-24).

«И сама эта пресловутая преемственность по сути всего лишь метафора материального (оно же кадровое) положения топ-чиновников. Они возглавляют ГУПы, сидят в советах директоров госкомпаний и на госзаказах. У них не так много своего. И основная миссия преемника - защитить капиталы элиты, заступившей на вахту вместе с Путиным. Эта миссия, вероятнее всего, невыполнима: сильный преемник придет со своей метлой, а слабый - не удержит сложившийся статус-кво».

Вообще проблему преемника решить нельзя. Хотя бы потому, что следующий президент должен удовлетворять двум взаимоисключающим условиям – он должен быть сильным и одновременно слабым. Сильным – чтобы не стать жертвой первой же аппаратной склоки и держать курс Путина. Слабым – для того же. Чтобы не покинуть зону влияния экс-президента. Путин хотел бы, уходя, сохранить сегодняшнее положение вещей.

## Заключение

У большинства отечественных журналистов все еще силен комплекс самоцензуры. Наибольшую открытость могут себе позволить лишь те, кто работает на зарубежные СМИ: их материалы доступны лишь небольшому кругу слушателей или читателей.

Наиболее сильно давление власти ощущается отечественными журналистами. Журналисты и правозащитные организации очень озабочены тем, что каждый новый закон становится все более жестким по отношению к свободе слова. Министерство информации и общественного согласия ставит, согласно законопроекту, огромное количество условий, по которым то или иное средство массовой информации может быть зарегистрировано. СМИ могут закрыть, например, за несоответствие тематики тому, что было изначально заявлено.

В 2000 году было широко освещено «дело НТВ». Эти действия, несомненно, усиливают впечатления, что власти России используют систему судебного преследования, чтобы устранить известного критика правительства. Такие примеры давления официальных властей на независимую прессу представляют серьезную угрозу свободе средств СМИ.

С другой стороны Л.Парфенов, который стал главным редактором журнала «Newsweek» не изменил своей оппозиционной позиции по отношению к властным структурам, что можно увидеть из проведенного нами исследования статей журнала. Таким образом, можно говорить о том, что и журналисты формируют общественное мнение, исходя из своих личностных позиций.

Однако не стоит забывать, что «Newsweek» принадлежит не российскому концерну, поэтому давление, которое и может оказывать власть, ограничено. Издательский дом Axel Springer Russia - это российское подразделение немецкого концерна Axel Springer AG, основанного в 1946 году. Компания Axel Springer AG является крупнейшим издательским домом Германии и одним из ведущих игроков на европейском издательском рынке. Центральный офис компании находится в Берлине, административные штаб-квартиры в Гамбурге и Мюнхене. Основной вид деятельности компании - издание газет и журналов и современных электронных СМИ. Издательский дом Axel Springer Russia основан в 2003 году. В 2004 году компания вывела на рынок два мировых брэнда - Forbes и Newsweek.

## Библиографический список

1. Голов М.В. СМИ как инструмент гражданского общества. // Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций. – М., 2001.
2. Колесников Ю.С. Прикладная социология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. - М.: Просвещение, 2001.
4. Мурзин Д.А. Очерк типологии деловой прессы. – ВМУ «Журналистика». – 2003. – № 2.
5. Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе. – М., 2002.
6. Нисневич Ю.А. Проблемы массового информирования в России. – М., 2004.
7. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. – Воронеж: Прима, 2000.
8. Херманн К. Политическая коммуникация: воздействие средств массовой информации на общество в современных государствах. – М., 2004.

## Список источников

1. Письменная Е. А то страх потеряли. // Newsweek. – 2005. - №17 (47) – 16 – 22 мая
2. Письменная Е. Белый дом с приведениями. // Newsweek. – 2005. - №19 (49) – 30 мая – 5 июня.
3. Письменная Е. Либерализм со взломом. // Newsweek. – 2005. - №5 (35) – 7 - 13 февраля.
4. Письменная Е. Три года продержаться. // Newsweek. – 2005. - №12 (42) – 28 марта-3 апреля
5. Туров А. Хорошо сохранились. // Newsweek. – 2005. - №9 (39) – 7 – 13 марта.
6. Фишман М. Губернаторы – льготники. // Newsweek. – 2005. - №5 (35) – 7 - 13 февраля.
7. Фишман М. Кто кого пересидит? // Newsweek. – 2005. - №20 (50) – 6 - 12 июня.
8. Фишман М. Магия цифр. // Newsweek. – 2005. - №15 (45) – 18 – 24 апреля
9. Фишман М., Письменная Е. По стопам Гайдара. // Newsweek. – 2005. - №2 (32) – 24 – 30 января.
10. Фишман М. Путинская оттепель. // Newsweek. – 2005. - №16 (46) – 1 – 15 мая.
11. Фишман М. Рука на пульте. // Newsweek. – 2005. - №2 (32). – 17-23 января.
12. Фишман М. Тихий час. // Newsweek. – 2005. - №11 (41) – 21 – 27 марта.
13. Фишман М. Уважать себя заставил. // Newsweek. – 2005. - №17 (47) – 16 – 22 мая.
14. Фишман М. Уйти нельзя остаться. // Newsweek. – 2005. - №26 (56) – 18 - 24 июля
15. Чем Касьянов хуже Ющенко? // Newsweek. – 2005. - №8 (38) – 28 февраля – 6 марта.
16. Хисамов И. Пакет Ходорковскому. // Newsweek. – 2005. - №2 (32). – 17-23 января.
1. Голов М.В. СМИ как инструмент гражданского общества. // Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций. – М., 2001. [↑](#footnote-ref-1)
2. Колесников Ю.С. Прикладная социология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. [↑](#footnote-ref-2)
3. Нисневич Ю.А. Проблемы массового информирования в России. – М., 2004. [↑](#footnote-ref-3)
4. Херманн К. Политическая коммуникация: воздействие средств массовой информации на общество в современных государствах. – М., 2004. [↑](#footnote-ref-4)
5. Мюнх Р. Роль журналистики в коммуникационном обществе. – М., 2002. [↑](#footnote-ref-5)
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. - М.: Просвещение, 2001. - с. - 87-90. [↑](#footnote-ref-6)
7. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. – Воронеж: Прима, 2000. - с. 160-161.  [↑](#footnote-ref-7)
8. Мурзин Д.А. Очерк типологии деловой прессы. – ВМУ «Журналистика». – 2003. – № 2. – С. 69. [↑](#footnote-ref-8)
9. Хисамов И. Пакет Ходорковскому. // Newsweek. – 2005. - №2 (32). – 17-23 января. [↑](#footnote-ref-9)
10. Фишман М. Рука на пульте. // Newsweek. – 2005. - №2 (32). – 17-23 января. [↑](#footnote-ref-10)
11. Фишман М., Письменная Е. По стопам Гайдара. // Newsweek. – 2005. - №2 (32) – 24 – 30 января. [↑](#footnote-ref-11)
12. Письменная Е. Либерализм со взломом. // Newsweek. – 2005. - №5 (35) – 7 - 13 февраля. [↑](#footnote-ref-12)
13. Фишман М. Губернаторы – льготники. // Newsweek. – 2005. - №5 (35) – 7 - 13 февраля. [↑](#footnote-ref-13)
14. Чем Касьянов хуже Ющенко? // Newsweek. – 2005. - №8 (38) – 28 февраля – 6 марта. [↑](#footnote-ref-14)
15. Туров А. Хорошо сохранились. // Newsweek. – 2005. - №9 (39) – 7 – 13 марта. [↑](#footnote-ref-15)
16. Фишман М. Тихий час. // Newsweek. – 2005. - №11 (41) – 21 – 27 марта. [↑](#footnote-ref-16)
17. Письменная Е. Три года продержаться. // Newsweek. – 2005. - №12 (42) – 28 марта-3 апреля [↑](#footnote-ref-17)
18. Фишман М. Магия цифр. // Newsweek. – 2005. - №15 (45) – 18 – 24 апреля [↑](#footnote-ref-18)
19. Фишман М. Путинская оттепель. // Newsweek. – 2005. - №16 (46) – 1 – 15 мая. [↑](#footnote-ref-19)
20. Письменная Е. А то страх потеряли. // Newsweek. – 2005. - №17 (47) – 16 – 22 мая [↑](#footnote-ref-20)
21. Фишман М. Уважать себя заставил. // Newsweek. – 2005. - №17 (47) – 16 – 22 мая. [↑](#footnote-ref-21)
22. Письменная Е. Белый дом с приведениями. // Newsweek. – 2005. - №19 (49) – 30 мая – 5 июня. [↑](#footnote-ref-22)
23. Фишман М. Кто кого пересидит? // Newsweek. – 2005. - №20 (50) – 6 - 12 июня. [↑](#footnote-ref-23)
24. Фишман М. Уйти нельзя остаться. // Newsweek. – 2005. - №26 (56) – 18 - 24 июля [↑](#footnote-ref-24)