

ВЛАСТЬ



1

2005

Журнал «Власть» сегодня

Общенациональный политический журнал «Власть» издается на спонсорские средства с августа 1993 года. На его страницах выступают отечественные и зарубежные ученые-аналитики, государственные и общественные деятели, предприниматели и финансисты, дипломаты и военные публицисты различной идеологической ориентации. Редакции удалось привлечь к совместной работе практически все ведущие аналитические центры и академические институты Москвы, Санкт-Петербурга, Саратова, Астрахани, Ростова-на-Дону и других регионов России.

Журнал нашел не только своего читателя, свой содержательный курс, но и форму подачи материала. Являясь зеркалом политической, экономической и властных систем России, «Власть» в то же время старается сохранить свой подход и утверждать собственную позицию. Ценности либерализма, консерватизма, демократии и социальной солидарности лежат в ее основе. При этом независимый, профессиональный анализ не означает единомыслия, скорее он предполагает язык диалога, который позволяет системно рассмотреть одно и то же явление. Именно этими критериями руководствуется редколлегия журнала при подборе материалов. Сегодня, когда наиболее крупные средства массовой информации оказались идеологически и материально ангажированы финансово-промышленными группами, выживание независимых экспертно-аналитических изданий становится важнейшим условием сохранения свободной демократической прессы. По нашей информации и редакционной почте, читателями журнала являются представители как самой власти, так и органов государственного управления и в центре, и на местах. Он пользуется спросом в экспертном обществе, в среде профессорско-преподавательского состава вузов России и стран СНГ.

Журнал выходит ежемесячно объемом 10 авторских листов, его индекс в каталоге «Роспечать» 72997. За последний год число подписчиков в России и странах СНГ достигло более 1500 адресатов.

Журнал открыт для всех, кто хочет и может ему помочь сохранить и упрочить свое место в информационной системе современной России. Мы приглашаем к сотрудничеству спонсоров и меценатов. Все предложения будут с благодарностью рассмотрены.

Наш адрес:
103001, Москва, ул. Б. Садовая, д. 5/1, оф. 619, гостиница «Пекин».
Редакция журнала «Власть». Тел. (095) 209-35-(15... 25), доб. 619.
E-mail: vlast@transpress.ru

Содержание

Трибуна

А. Барсенков. Российская осень 2004-го глазами историка. 3

Мнение

Р. Симонян. Грузия, Украина... далее везде? 8

Общество

Л. Васильева. Мифологические структуры в печатных СМИ России 12

Государственное устройство

С. Комутков. От единовластия к разделению властей 17

Выборы

В. Мустафин. Совершенствование законодательства Российской Федерации о выборах 24

Конференция

Формирование демократической политической системы в современной России и послевоенной Германии – важнейший фактор успешной модернизации государственной и общественной жизни 29

Прогноз

Н. Корольков, Е. Цветкова. Россия и США должны дать миру шанс на спасение 66

Книги

Ценный вклад в науку о безопасности 71

Историческая память и стабильность России 76

Патриотизм – служение человеку, народам России и Отечеству 78

Учредитель – фонд «Евразийские цивилизации – XX век»

Издатель – ЗАО «Издательский дом «Парад»

Генеральный директор: Александр Дегтярев. Директор по развитию: Валерий Зотов.

Технический директор: Петр Иванов. Верстка: Галина Немтинова. Корректурa: Лариса Зимина.

Точка зрения авторов публикуемых материалов необязательно отражает мнение редакции.

При перепечатке материалов ссылка на журнал «Власть» обязательна.

Журнал зарегистрирован Мининформпечати РФ. Рег. № 0110951 выдан 4 августа 1993 года.

Адрес редакции: 103001, Москва, ул. Б. Садовая, д. 5/1, оф. 619, гостиница «Пекин».

Телефон (095) 209-35-(15... 25), доб. 619. E-mail: vlast@transpress.ru

Представительство: Санкт-Петербург – Юрий Светов, тел. (812) 352-3137

Формат 70x100¹/₁₆. Бумага офс. № 1. Печать офсетная. Объем 5,0 п.л. Тираж 1700 экз. Заказ № 4694

В розницу – цена свободная.

Отпечатано с готовых пленок в ФГУП Издательство «Известия»

125994, ГСП-4, Москва, К-6, Пушкинская пл., д. 5

Контактные телефоны: 200-36-36, 200-30-20

медиа первыми ощутили на себе хватку рынка и искали всяческие пути для выживания. Но парадокс ситуации заключался в том, что десятилетний диктат партийного руководства рухнул, а освобожденные СМИ не знали и не имели навыков самостоятельной работы, хотя с помощью СМИ сторонники демократических преобразований победили на первых демократических выборах. Диктат новой власти стал еще жестче и категоричнее. В Приморском крае в начале 90-х годов первыми пали старейшие газеты «Красное знамя» и «Тихоокеанский комсомолец». Газеты «Известия» и «Комсомольская правда» неоднократно писали о том, как новая власть достаточно серьезно «приручала» независимых журналистов. Например, «его пытали по инструкции гестапо: заламывали на дыбе, гасили окурки о спину, закручивали вокруг шеи проволоку. И с тупой настойчивостью выбивали «признание»: я, радиожурналист Садыков (студент III курса журфака), критиковал Владивостокского и. о. мэра Толстошеина, потому что меня купил за 100 (сто) долларов бывший мэр Черепков»¹. Экс-губернатор Приморского края Е. Наздратенко два с половиной года на должности «инженера по научно-технической информации» держал журналиста ЦТ А. Тихомирова, который в качестве благодарности периодически выдавал благостные передачи о Приморье, а в октябре 1994 года 23 столичных репортера на военном самолете были доставлены во Владивосток для объективного освещения ситуации в крае.

В России переходного периода формировались слабое государство и слабое общество, но к середине 90-х годов стали проявляться тенденции стремления к самостоятельности и к самоорганизации при сохранении тяги к сильному государству, к сильной руке. Эти тенденции вполне соответствовали уровню развития политической культуры в стране. Их главная особенность заключалась в том, что в момент начала демократических преобразований в России фактически отсутствовали культура и традиция политического консенсуса, большинство людей были искренне убеждены в том, что существует только одна истина, которой

и должны служить политика, философия, религия и т. д. Политическое мышление строилось на принципах «или – или», «свой – чужой», «друг – враг».

Реальность и осознание раскола присутствуют в российском обществе по сей день, определяя и формируя его политический дискурс. В пределах политического поля России пока не удалось достигнуть подлинно демократического консенсуса, который основывался бы на признании статус-кво, сложившегося в 1991 году, и исключении насилия как средства разрешения политических противоречий.

На начальном этапе, собственно, демократических реформ, рыночного преобразования экономики (1992–1994 гг.) СМИ, большинство которых поддерживало либерально-демократическую модель преобразований, сыграли заметную роль в обеспечении терпимого отношения общества к действиям команды «молодых реформаторов» Е. Т. Гайдара, которые не всегда были последовательными и продуманными. За эту поддержку СМИ «заплатили» утратой доверия к ним со стороны значительной части россиян. Кроме того, они столкнулись с серьезными финансовыми трудностями, падением тиражей.

Период 1995–1999 гг. во многом стал переломным для российских СМИ. Иллюзии самостоятельности, автономии СМИ по отношению к интересам крупного капитала, власти постепенно развеиваются. Их существование оказывается в зависимости от медиа-холдингов, сами СМИ играют подчиненную роль в системе политической интриги, столкновений интересов крупных финансово-промышленных групп. Постепенно складывался плюрализм в информационной сфере, на нет сошли понятия «диссидент», «инакомыслящий», теперь они открыто выступали в СМИ, многие из них возглавили центральные газеты, журналы, каналы радио и телевидения. М. Горбачев и его окружение рассчитывали на использование гласности для «обновления социализма», но именно она стала источником превращения СМИ в самостоятельную силу.

С принятием законов о печати (общесоюзного в 1990 г., российского в 1991 г.), благодаря поддержке гласности властями для СМИ, по выражению И. За-

¹ Комсомольская правда. 1994, 29 октября

сурского, наступил «золотой век». Масс-медийные каналы формировали политическую жизнь общества, выступали центром консолидации слабых и разобщенных демократических сил. С помощью масс-медиа шло развенчивание старых символов, мифов, создание новых, демократических (замена государственной атрибутики, внедрение новой модели «счастья», поведения и др.).

Первая газета перестройки и гласности – газета «Московские новости». В 1980 году стала выходить на русском языке и стала газетой своего времени, стала вехой новейшей истории отечественной журналистики. Главный редактор Е. Яковлев ситуацию характеризовал так: «И это определили не талант и отвага тех, кто собрался тогда под одной крышей, а то, что надежды и усилия, которым было отдано не одно десятилетие, сошлись со временем. Уже в 60-е годы мы работали на это время. Кто-то топчет тот период, отрекается от него, но мы должны были его пройти, чтобы эмпирическим путем постичь (на что ушла самая плодотворная и самая обширная часть жизни моего поколения) ту глубочайшую ошибку, которую, думаю, умозрительно понять было нельзя: веру в то, что это государство, этот строй можно исправить и улучшить. Я считаю, что только Солженицын – первый и единственный из авторитетных людей в стране с самого начала говорил, что его надо уничтожить»¹.

На «взлете» были издания: «Московский комсомолец», «Известия», «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», журнал «Огонек». Не было в тот период разделения: кто – в служители, кто – в прислужники, кто служит труду, а кто злату. Писатель И. Васильев («Советская Россия») так определял роль публициста: «...это такой ум и такая душа, которые задолго до осознания людьми общественного нарыва обнаруживают его через боль человека и свое сострадание ей. Сострадая, публицист исследует индивидуальную боль и выходит на социальные причины. Если душа не умеет сострадать – глаза не увидят боли, а ум не найдет причины»².

Новая журналистика помогала обществу вырабатывать другие формулы совести, веры, власти. Но главное место в идеологии любой системы занимают идеи, теории, интеллектуальные воззрения, включающие в себя социальные мифы, транслируемые и тиражируемые посредством образно-эмоциональных комплексов (печать, радио, телевидение). Но как марксистская теория идеологии, так и демократическая при этом не учитывали роли психологических факторов и эмоций. Именно они обеспечивают живучесть социальных мифов, предрассудков, архетипов, особенно в периоды социальных катаклизмов.

Психологизация познания предполагает иррациональность чувств, эмоциональность жизни, мотивацию человеческого поведения, внутренние душевные коллизии. Социальная мифология переходного периода в своем активе имеет не только образно-эмоциональные комплексы, она тяготеет и к усложненной мотивировке. Причем чем иллюзорнее и отстраненнее миф, тем активнее работает мысль, раскручивающая его и придающая ему видимость истины. Люди одинаково не реагируют на определенные обстоятельства, мифы же держат их в повиновении. Когда удастся незаметно внедрить их в сознание масс посредством масс-медиа, они обретают огромную силу. Индивидуально-психологические особенности оказывают влияние на те или иные ситуации. Поэтому социальная мифология в политическом процессе транзитного типа не только общественное, но и индивидуально-психологическое, личностное явление. Сейчас, когда происходит ломка тоталитарного мировоззрения, рождение новых демократических парадигм сознания, особенно четко просматривается общественное и индивидуальное. В любой идеологии мы находим набор вечных мифов, одних и тех же мыслительных конструкций и координат. Вопрос в том, во имя каких идеалов реализуется эта истина и как она соотносится с объективным ходом развития общества. Формирование мировоззрения в условиях демократического транзита идет достаточно хаотично, неосознанно и бессистемно. Пример это-

¹ Яковлев Е. В. Пресса равна общественному состоянию. Пресса в обществе. М. Изд-во Моск. шк. полит. исслед. 2000, стр. 258

² Васильев И. Служить или прислуживать. Советская Россия. 1996, 21 октября

го – влияние на массы изданий правительственного, оппозиционного толка: «Миф является неотъемлемой частью культуры в целом. Как мы видим, он постоянно рождается снова; каждая историческая перемена производит свою мифологию, которая, однако, только косвенно связана с историческим фактом. Миф является своего рода постоянным побочным продуктом: живой веры, которая нуждается в чудесах; социальных устоев, которые требуют прецедента; морального закона, который требует оправдания»¹.

Все массовые революционные движения спровоцированы подсознательным желанием каждого улучшить жизнь логикой мифа об этой лучшей жизни, поэтому мифотворчество и ритуал бессмертны, но выступают в разных ипостасях относительно того или иного общественного строя. Нестабильность демократической идеологии, плюрализм, политизация масс-медиа, медиатизация политики, изменение соотношения: государство и СМИ, создание коммерческих СМИ и формирование российского рынка рекламы также способствуют усилению мифологизации и ритуализации. Общество, освобожденное от идеологических догм и зашоренности, внесло свои коррективы в мифотворческий процесс. Он выступает в парном качестве (герой – антигерой). Сошлемся на примеры «президентской риторики» Б. Ельцина в СМИ, под которой современные исследователи подразумевают приемы мифологизации его личности. Здесь мифы «доступности», «отца нации», «гибкости и активности», «феноменального здоровья», «простецкого мужика» и т. д. Но герой конца 80-х – начала 90-х годов Б. Ельцин к середине 90-х годов уже выступает в роли антигероя. На карикатурах зарубежных газет первое лицо России редко изображалось без бутылки. Общественность начинает критически присматриваться к чрезмерностям внешней ритуальной стороны явлений президента народу. Отмечалось, что он в последнее время неохотно шел на контакт с аудиторией, с прессой. В этой связи постоянно возобновлялась тема здоровья президента, манипулирование им при принятии решений.

Программа Александра Политковского «Политбюро» показала германские гастроли такими, какими их увидел западный мир с дирижером, снятым вблизи, с перекошенным лицом. В 1989 году наличие подобных эпизодов в жизни «героя» опровергалось, объяснялось происками КГБ, коммунистов, красно-коричневых. Скандал, разразившийся после публикации в газете «Правда» статьи Витторио Дзукони о визите Б. Н. Ельцина в США, стоил карьеры редактору газеты «Правда» В. Афанасьеву.

Но миф героя возрождался, в действие вводится пиаровский «феномен Джона Рокфеллера». Американская журналистка Ида Тарбелл опубликовала серию статей под общим названием «История «Стандарт Ойл Компани». Владелец этой компании был не кто иной, как сам Джон Рокфеллер. Тарбелл подвергла уничижающей критике нечистоплотные методы конкурентной борьбы, а заодно «прошлась» и по самому нефтяному магнату. Вызванный статьями общественный резонанс был столь значителен, что репутация «живой легенды» оказалась серьезно подмоченной. Рокфеллер принял мудрое решение и тем самым «выпустил джина PR из бутылки. Он нанял журналиста Айви Ли. Ли стал автором ряда статей, размещенных в известных газетах, которые были посвящены не предпринимателю Рокфеллеру, а Рокфеллеру – отцу семейства, примерному мужу и любящему папочке»².

«Феномен Д. Рокфеллера» использовался в ситуации с возвеличиванием и созданием героя России – Б. Ельцина, вновь выдвигающего свою кандидатуру в президенты. Именно в этот период не удавалось даже собрать подписи за выдвижение Б. Ельцина кандидатом в президенты. Организационная беспомощность вылилась в то, что был дан приказ не выплачивать железнодорожникам зарплату, пока они не подпишутся в пользу Бориса Николаевича. После первого собрания в поддержку Ельцина, которое прошло в Екатеринбурге, куда пригласили региональных функционеров, Татьяне Дьяченко показали трехчасовую запись скучнейшего собрания в лучших традициях конца 70-х. Сказали

¹ Малиновский Б. Магия. Наука. Религия. М., REFL book, 1998, стр. 143

² Антипов К. В. Паблик рилейшинз. М., Дашков и К^О. 2001, стр. 9

просто: «Вы видите, сколько здесь серых людей? С ними мы все проиграем»¹.

Тогда сентиментальная Россия посредством СМИ увидела в «Борисе» — отца многочисленного семейства, любящего мужа, добрейшего и справедливого дедушку, добропорядочного гражданина, энергичного делового человека².

¹ Будберг А. Время стучит: Т.Б.Д. // Московский комсомолец. 1998, 22–9 января

² Чикин М. Катя, внучка президента Ельцина, — о дедушке из Парижа // Комсомольская правда. 1998, 14 января; Будберг А. Время стучит: Т.Б.Д. // Московский комсомолец. 1998, 22–29 января; Хинштейн А. Династия // Там же — 1998, 5–12 февраля и др. Например, «Последние месяцы дедушка живет на даче практически постоянно. На Осенней появляется все реже и реже. Последний раз я его видела 10 октября, когда мне исполнилось 18 лет. Он мне сделал прекрасный подарок: красную маленькую машину. Осталось только научиться водить. Бабушка произнесла по случаю несколько слов, а он свою очередь пропустил, сказав, что поговорит со мной позже. Он вообще не любит публичных проявлений чувств и предпочитает встречаться с глазу на глаз. Когда мы с ним остаемся вдвоем, то говорим об учебе, о моем друге. Он никогда не осуждает. Дедушка уважает мое мнение. Не знаю, как там в политике, а с близкими дедушка ведет себя очень дипломатично. Он очень четко интуитивно чувствует обстановку и всегда знает, когда надо что-либо сказать, а когда молчать. Мне нередко хочется повидаться с ним и поговорить, даже не о совсем приятных вещах. Когда я с ним, мне передается его огромная сила» — Чикин М. Катя, внучка президента Ельцина, — о дедушке из Парижа // Комсомольская правда. 1998, 14 января

Масс-медийные каналы периода 80–90-х годов после «верных помощников партии», ее подручных стали называться «творцами миражей», «созидателями политических символик», «социальных мифов», «предумышленных иллюзий», «вуалью и маской». В связи с этим «по отношению к своему классу идеология предстает в качестве бессознательной вуали, искажающей образ социальной реакции внутри класса и сублимирующей его интересы. По отношению к другим классам идеология представляет собой конспиративную маску, сознательно используемую господствующим классом для обмана»³.

Мифические волны масс-медиа 80–90-х годов декларировали свободу создания свободного общества свободных людей. Но уже к концу 90-х эта идея прошла разные стадии, использовалась различными политическими силами и представителями каждой партии по-своему. Содержание идей каждый раз конкретизировалось в зависимости от тех социальных условий, в которых она использовалась, так как идеологические представления коренятся в глубинах человеческого подсознания.

³ Гуревич П. С. Социальная мифология. М., Мысль. 1983, стр. 110

110-5 Crelee

ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ
НАУЧНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

«ВЛАСТЬ» –

аналитическое издание
о российском обществе и государстве,
о власти и для людей власти,
журнал для вас!

«ВЛАСТЬ» –

надежный источник интересной
и объективной информации,
компетентный помощник,
хороший консультант и советчик
при принятии важных решений.

*Журнал «Власть» выходит 12 раз в год,
а подписаться на него можно с любого месяца
во всех отделениях связи.*

Индекс «Власти»

в каталоге агентства

«Роспечать» – 72997. /

Подписная цена

одна из самых доступных:

на 1 месяц – 40 руб.,

на 3 месяца – 120 руб.,

на 6 месяцев – 240 руб.