САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**КАЛАШНИКОВ Илья Евгеньевич**

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВЫХ ЭЛИТ НА ФОРМИРОВАНИЕ НЕЗАВИСИМОЙ ПРЕССЫ РОССИИ В 1991-2000 ГГ.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Научный руководитель –

кандидат филологических наук, доцент

С. Н. Ущиповский

Кафедра истории журналистики

Очная форма обучения.

Вх. №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГАК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2017

Введение 3

ГЛАВА I. Общественно-политическая среда зарождения системы СМИ в постсоветской России. Возникновение класса собственников в стране и в журналистике 8

1.1. Социально-экономический контекст эпохи 8

1.2. Специфика трансформации форм собственности 1990-х и её социально-политические последствия 14

1.3. Процессы в журналистике 1990-х гг. 17

1.4. Медиаконцерн Бориса Березовского 22

1.5. Медиахолдинг Владимира Гусинского 23

ГЛАВА II. СМИ как инструмент трансляции политико-экономических интересов крупного бизнеса 27

2.1 Информационные войны «медиаимперий» 1990-х: Борис Березовский против Владимира Гусинского 27

2.2. Информационная война за «Связьинвест»: СМИ как инструмент проведения в жизнь частных экономических интересов 31

2.3. Президентские выборы 1996: информационные манипуляции крупного медиабизнеса в борьбе за политическую власть 36

2.5. «Чеченские войны» 1990-х: информационные манипулятивные технологии медиахолдинга В. Гусинского в защите частных интересов 47

2.6. Выборы президента РФ 1999: феномен «Программы Сергея Доренко (Время)» как рупора политических интересов Б. Березовского 50

Заключение 59

Список литературы 64

Введение

Ситуация на рубеже 20 и 21 веков продиктовала использование крайних мер для стабилизации экономической, социальной и политических сред. В сложившихся обстоятельствах, при которых все деньги оказались в руках населения, а вся собственность в руках власти, появился новый социальный класс предпринимателей, которые одновременно обладали и тем, и другим. Борис Березовский, Владимир Гусинский, Владимир Потанин, Михаил Ходорковский, Петр Авен и прочие стали наиболее влиятельными и властными людьми постсоветской России, совмещающими ведение коммерческой деятельности с "регулированием" политической ситуации в соответствии с собственными предпринимательскими интересами. Одним из инструментов такого "регулирования" стала пресса и зародившиеся медиаконгломераты, -корпорации, -концерны. С помощью СМИ, предприниматели были способны определять информационную повестку страны, влиять на решения руководства, убирать политических или экономических оппонентов. Не так давно освободившаяся от партийного цензурного гнёта журналистика теперь стала зависеть от частных собственников и издателей, по мнению журналиста Андрея Константинова, пресса превратилась в коммерсантскую "информационную дубинку, они относились к этому как к коммуникативной возможности, пресса открывала им двери в мир"[[1]](#footnote-1).

Взаимоотношения капитала и СМИ, капитала и власти, способы и механизмы влияния на правящие верха с помощью периодики рассматривали многие медиаисследователи, тенденцию перехода прессы из разряда государственной в частные руки наблюдали отечественные историки: Г. В. Жирков определял начало 20-ого века как период зарождения настоящей частной "оппозиционной, политической, партийной журналистики, значение которой в обществе возрастало вместе с обострением в нем атмосферы"[[2]](#footnote-2) и отмечал, что власть, как и в изучаемом нами периоде, находилась в некой зависимости от прессы, высшее руководство было вынуждено обращаться к редакторам, издателям и журналистам, чтобы, по выражению Г. В. Жиркова, "помочь правительству успокоить умы"[[3]](#footnote-3); историки Е. В. Ахмадулин и Р. П. Овсепян отмечали ключевую роль частной и партийной прессы в один из наиболее переломных для страны периодов — первые месяцы февральской революции — в которые осуществлялась наиболее активная борьба политических партий[[4]](#footnote-4). Как и в изучаемом нами периоде, журналистика здесь становится ключевым инструментом борьбы за политическую доминацию в период практически безвластия после революционных народных выступлений: встреча глав республик в Беловежской Пуще, коренным образом изменившая жизнь страны, августовский путч, крайне нестабильная политическая ситуация, при которой власть может заполучить практически любая партия — в обоих периодах амбиции властолюбцев реализовывались с помощью прессы, только во время февральской революции во главе угла стояла партийная печать, а на рубеже 20 и 21 веков — СМИ, контролируемые коммерсантами; Д. Л. Стровский, изучал набирающую обороты частную периодику уже в период НЭПА и отмечавший попытки влияния журналов сменовеховского направления, если не на власть, то на отношения власти и интеллигенции, таким образом стараясь нормализовать и устранить взаимную неприязнь и принять превентивные меры для того, чтобы не допустить трагических последствий, которые, к несчастью, всё-таки имели место[[5]](#footnote-5), подобным образом развивались события в 90-е годы, завершившиеся эмиграцией медиамагнатов, разве что сменовеховцы рдели за благие цели и хотели добиться взаимного понимая меду властью и интеллигенцией, а рассматриваемые нами медиамагаты хотели управлять властью, используя прессу как инструмент давления.

В своей работе мы сосредоточимся именно на периоде зарождения "новой" демократической России, кратковременной эпохи сосредоточения самых влиятельных СМИ, как печатных, так и телевизионных, радио каналов распространения массовой информации в руках финансовых элит, использовавших медиа не только как инструмент давления на общество и общественное мнение, не только как инструмент управления массовым сознанием, но и в качестве рычага влияния на политическую элиту. Постараемся изучить специфику влияния медиамагнатов на контролируемые ими СМИ, выявить степень распространения их влияния на СМИ и определить, с помощью каких медиамеханизмов магнаты имели возможность руководить общественно-политической сферой жизни России.

**Актуальность работы** состоит в том, что участвовавшие в переделе собственности, выборах руководства страны и установлении новых отношений собственности коммерсанты до сих пор в некотором смысле влияют на общественно-политическую ситуацию, будь то отголоски политических распрей или даже дипломатические отношения. Как сообщает РБК, российское дипломатическое представительство обнаружило в недавнем убийстве соратника Бориса Березовского Николая Глушкова экс-замдиректора Аэрофлота "политическое измерение". К тому же, в 2018 году были опубликованы ранее недоступные исследования фигуры Бориса Абрамовича, которого мы рассматриваем в качестве одного из важнейших деятелей истории 90х, значительно повлиявшего на систему СМИ.

**Практическая значимость** нашей работы обусловлена изучением влияния коммерсантов на общественно-политическую среду с помощью СМИ на основе действительных случаев давления медиамагнатов на журналистское сообщество с целью использовать медиа в качестве рупора собственных интересов.

**Научная новизна** связана с публикацией новых исследовательских работ, посвященных, изучаемым нами коммерсантам; рассмотрением "влияния" финансовых элит на прессу на примере реальных кейсов, определении механизмов и рычагов такого "влияния".

**Цель работы** – определить механизмы влияния собственников медиаконцернов на повестку СМИ, рычаги такого "влияния", степень заинтересованности коммерсантов в формировании информационной картины страны.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие **задачи:**

1. Изучить литературу, связанную со становлением нового государства после падения советского аппарата.
2. Выявить связь между повесткой общественно-политических СМИ и политическими и экономическими интересами их владельцев.
3. Провести анализ реальных случаев регулирования владельцами политики подконтрольных им изданий.

**Предмет исследования:** механизмы влияния медиамагнатов через контролируемые ими СМИ на социально-политические и экономические реалии «постсоветской» России 1990-х гг.

**Объект исследования:** деятельность наиболее значимых и ключевых частных медиаконцернов 1990-х - Бориса Березовского и Владимира Гусинского.

**Материалом исследования** послужили экспертные интервью; опубликованные в разных источниках интервью журналистов и редакторов тех лет; журналистские расследования.

**Теоретической базой** послужила в первую очередь историческая литература, рассматривающая изменения в социальной, экономической, политической средах страны в 1991-2000 гг; труды медиаисследователей, отмечающие внутренние тенденции развития прессы.

В основу **методической базы** легли общенаучные теоритические методы, среди которых: исторический, метод сравнения и теоритического анализа. А также эмпирические методы: контент-анализ, и структурно-тематический анализ СМИ.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы. **Первая глава** представляет собой экскурс в общественно-политическую ситуацию, сложившуюся в России после распада Страны Советов; изучение основных тенденций развития журналистики в демократической России; рассмотрение фигур Бориса Березовского и Владимира Гусинского и созданных ими медиаконцернов. **Вторая глава** содержит изучение и анализ случаев влияния владельцев СМИ на политику издания, рассмотрение рычагов и механизимов такого влияния. В **заключении** подводятся итоги проведенного исследования и формируются основные выводы.

ГЛАВА I. Общественно-политическая среда зарождения системы СМИ в постсоветской России. Возникновение класса собственников в стране и в журналистике

1.1. Социально-экономический контекст эпохи

По мнению исследователей А.А. Горбунова, В.С. Кулибанова и Т.В. Лебедевой, одной из наиболее ощутимых уязвимостей советской экономики на протяжении последних десятилетий существования страны был спад капитальных вложений. Объем вложенных средств в действие и развитие производственных мощностей стремительно сокращался с 70-х гг. и к 1990 году составлял лишь 40% от средств вкладываемых в производство в 1966-1975 гг[[6]](#footnote-6). Исследователи отмечают, что “ни в одной из развитых капиталистических стран не было абсолютного спада капитальных вложений — не только в течение 15 или больше лет, как в СССР, но даже 3 года подряд”. Такое сокращение инвестирования привело к “абсолютному сокращению основных фондов”[[7]](#footnote-7): более чем на 3 процента сократились основные фонды здравоохранения и социального обеспечения, на 1,1 ухудшилось финансовое состояние науки и научного обслуживания. Из-за инвестиционной непривлекательности советской и ранне-российской экономики значительно снизились и показатели производительности общественного труда: по сравнению с 1985 годом динамика эффективности общественного производства упала более чем на 10 %[[8]](#footnote-8). В целом, исследователи А.А. Горбунов, В.С. Кулибанов и Т.В. Лебедева приводят следующие факторы, которыми был обусловлен глубокий кризис и обвал советской, а затем российской экономики: “исчерпание резервов по преимуществу экстенсивного роста и возможностей планового механизма управления развитием экономики, глубочайшая структурная, технологическая и ценовая разбалансированность, резкое обострение ресурсной несбалансированности, политические изменения, разрыв торговых связей по линии бывшего СЭВ, либерализация цен, общее ухудшение торгового баланса”[[9]](#footnote-9).

Осознавая бедственность экономической ситуации, курс на реформирование экономической среды берет ещё советское руководство, в последнии годы существования Страны Советов партийное руководство разрешает ведение индивидуально-трудовой деятельности, активно развивает кооперативное движение и арендные отношения, принимаются закон о собственности (1990 г.) и закон о предприятиях СССР (1990 г.)[[10]](#footnote-10). В партийных кабинетах всё чаще обсуждается переход СССР к рыночной экономике, но из-за событий 1991 года планам руководства так и не удалось сбыться.

Уже при власти Б.Н. Ельцина выработанная в 1992 году командой Е.Т. Гайдара “Программа углубления экономических реформ” была нацелена на возрождение российской экономической среды. Согласно исследователю Л. В. Гоголиной, программа предполагала “*следующие направления:*

1. *дерегулирование экономики, снятие административных ограничений цен, развитие торговли*
2. *стабилизация финансов и денежной системы, укрепления Рубля как валюты на мировом рынке*
3. *приватизация и развитие предпринимательства*
4. *структурная перестройка экономики, ее демилитаризация, повышение конкурентоспособности российской продукции на рынке*
5. *создание конкурентной рыночной среды*
6. *активная социальная политика для приспособления трудоспособного населения к новым условиям”[[11]](#footnote-11)*

Действительная реализация программы выразилась в принятии ряда ключевых реформ. В первую очередь экономическую жизнь новой страны изменила “Реформа собственности”, законом от 24 декабря 1990 г. реформа впервые установила право частной собственности на орудия и средства производства, немногим позже в 1991 г. постановлением Верховного совета РФ была проведена деструктуризация государственной собственности на федеральную, субъектов федерации и муниципальную. Всё это послужило началом для обширной приватизации, по утверждению исследователя Гоголиной Л.В, “уже на первом этапе приватизации (с 1 июня 1991 г. по 1 июля 1994 г.) возник и укрепился частный сектор, большинство государственных предприятий превратились в акционерные общества, в дальнейшем приватизации перешла ко второму этапу, который предполагал экономическое развитие каждого предприятия его собственником”[[12]](#footnote-12).

Ельцинская экономическая политика активно развивает систему государственных финансовых учреждений, банковская система была преобразована в двухуровневую, предполагающую расширение полномочий ЦБ и развитие коммерческих банков. Основными направлениями экономической политики в начале 90-х гг. таким образом становятся борьба с растущей инфляцией, сокращение дефицита бюджета, реформирование налоговой системы.

Тем не менее, принятые меры не смогли полностью остановить кризис, а во многом поспособствовали его ухудшению. Основным показателем несостоятельности проведенных реформ стал “рублевый навес” и гиперинфляция. С 1 января 1992 г. команда Т.Е. Гайдара начинает “либерализацию цен”, которая в итоге привела к возрастанию стоимости товаров и услуг, уже к 1992 году потребительские цены в России выросли в 26 раз, а оптовые цены в промышленности в 34 раза[[13]](#footnote-13), в дальнейшем цифры только увеличивались. Помимо наиболее острого вопроса инфляции, другие экономические показатели тоже оставляли желать лучшего: национальный доход в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, транспортной отрасли заметно снижается, опускаясь ниже показателей середины 80-х гг, падает динамика промышленного производства в металлургическом, машиностроительном, химико-лесном и строительном комплексах. Валовый внутренний продукт сокращается по сравнению с показателями 1989 года на 40%, с 3-4 места в мире по объему ВВП Россия опускается во вторую десятку стран мира, на уровень Алжира, Бразилии, Южной Кореи[[14]](#footnote-14). Никак не наступающая стабилизация вызвала ряд ещё и макроэкономических проблем: повальные уклонения от налогов (согласно плану выполнения бюджета в 1994 году заместо планируемых 30% к ВВП от сбора налогов, руководству страны удалось собрать лишь 19%), нежелание централизации субъектами федерации, скудность зарубежных инвестиций, бегство от рубля, ещё большее сокращение казны (согласно плану доходов и расходов правительства России, 29% к ВВП расходов государства значительно превышали 18 % к ВВП доходов)[[15]](#footnote-15).

Таким образом, исследователь А. А. Горбунов так оценивает реформирование российской хозяйственной среды: “Социально-экономическим преобразованиям в России свойственны определенные противоречия, некомплексность и непоследовательность. Переход к развитому капитализму может быть эффективным лишь при условии, что на протяжении весьма длительного переходного периода в централизованном государственном порядке выполняются теоретически обоснованные решения. Если же дело сводится к дальнейшему ослаблению централизованного начала, к тому, что государство сбрасывает с себя функции, которые, кроме него, фактически некому выполнять, — это есть не что иное, как антиреформы”.

Более того, одновременно с экономическим к 1990-м гг. в стране наблюдался кризис социальный. К 1994 году показатель мужской смертности вырос на 53%, женской на 27%. Средняя продолжительность жизни советского мужчины, составлявшая 64 года в 1990, к 1994 сократилась до 58[[16]](#footnote-16).Такое резкое падение показателей наблюдается социологами в мирное время, как правило, при голоде или катастрофических эпидемиях. По утверждению журналиста Forbes Пола Хлебникова, к 1994 году по показателям продолжительности жизни Россию обгоняли Египет, Индонезия и Парагвай[[17]](#footnote-17). Одной из основных причин стремительного повышения смертности, по оценке Пола Хлебникова, стал выход из строя системы здравоохранения. Как замечает исследователь, “в больницах воцарились антисанитарные условия, денег не хватало, оборудования не хватало, лекарства стали дефицитом, вспыхнули заболевания, какие было принято связывать только с беднейшими странами третьего мира: дифтерия, холера, сыпной и брюшной тиф”[[18]](#footnote-18). К 1996 году 13% от всех медицинских учреждений находились в аварийном состоянии и требовали реконструкции или капитального ремонта. Обеспеченность населения здравоохранительными учреждениями заметно уступала показателям 1985 года: 1985 г. — 135 тыс. больничных коек на 10 000 населения, 1996 г. — всего 123 тыс. коек[[19]](#footnote-19).

Этому способствовали и ужасные антисанитарные условия в российская тюрьмах и военных частях, в которых ежегодно умирали почти 2 тысячи новобранцев, набранных для срочной службы[[20]](#footnote-20).

Опираясь на данные всё того же Госкомстата, значит вырос показатель новых случаев заражения венерическими заболеваниями в первые годы существования новой России. С 7900 случаев заражения на 1990 год цифра увеличилась до 388 200 уже к 1996 году[[21]](#footnote-21).

На рост смертности в Ельцинской России влияли и воцарившиеся в то время алкоголизм и преступность. С 1992 по 1997 гг. 229 000 человек поконочили жизнь самоубийством, 159 000 умерли от алкогольного отравления, 67 000 утонули, 169 000 был убиты[[22]](#footnote-22) [[23]](#footnote-23).

Вот как социальное положение человека в ельцинской России оценивает перебравшийся туда для работы над русскоязычной версией журнала Forbes Пол Хлебников: “В России шел процесс демографического самоубийства. Молодые мужчины отравлялись алкоголем и наркотиками, заражались спидом или туберкулезом, погибали в бессмысленных бандитских разборках или отсиживались в тюрьмах. Молодые женщины, по тем или иным причинам, отказывались рожать детей. Молодое поколение исчезало — и с ним исчезало будущее России”[[24]](#footnote-24).

Позже молодое поколение вновь появлялось в детских домах. В 1992 году, согласно цифрам федеральной службы государственной статистики, было рождено 1,6 миллиона детей, при этом от 67 286 детей в этот же год отказались родители, что составило 4 процента от всех родившихся. К 1997, в котором родилось 1,3 миллиона детей, процент увеличился до 9, так как отказались от 113 000[[25]](#footnote-25). При это детские дома и школы-интернаты были переполнены, огромное количество брошенных детей было обречено на скитания по улицам и побирательство. При этом, аборт стал абсолютно нормальным, привычным средством контроля беременности. По данным Государственного комитета РФ по статистике, в 1991 году 15% от всех женщин в возрасте 20-34 лет делали аборт.

В конце концов, у населения, пережившего распад одного государственного строя и переживающего переход в другой, напуганного бандитизмом на улицах, страдающего от наркомании и алкоголизма, затянутого во всеобщую истерию с ваучерами и акциями, попросту начался психоз. Если в 1990 году численность больных, которым оказывалась консультативно-лечебная помощь в психоневрологических учреждениях составляла около 630 тысяч человек, то к 1996 году помощь оказывала уже практически 1 215 000 больных.

На фоне настолько ужасной социально-экономической ситуации в России происходил переход на новые формы собственности. Формирование частного капитала, ваучерная приватизация, акционирование, трейдерство, всё это было попросту непонятно людям, не занятым в экономической сфере. Подтверждением тому служит то, насколько быстро граждане расстались с врученными им ваучерами, насколько неправильно повальное большинство ими распорядилось. Экономическая среда была деморализована и выведена из строя, в то время как донельзя ограниченный круг людей, обладающих не только необходимой на тот момент финансовой грамотностью, но и уже накопленным капиталом, стал собственниками не только практически всей российской нефтяной, химико-лесной, строительной, автомобильной и так далее промышленности, но и создал соперничающие медиаконгломераты, которые в тот момент заинтересовали олигархат не только как предприятие, но и как производство. И в первую очередь производство мнений.

1.2. Специфика трансформации форм собственности 1990-х и её социально-политические последствия

Ключевым процессом в изменении формы собственности в демократической России стал процесс “приватизации”, то есть переход государственной собственности в частные руки. Изначально программа приватизации была предложена в плане “500 дней”, разработанном группой экономистов под руководства академика С.С. Шаталина. Как 54было написано в самой программе, она предполагала “все, что возможно, взять у государства и отдать людям”[[26]](#footnote-26). Так её оценивал Олег Богомолов, доктор экономических наук, академик РАН: “программа Явлинского предусматривала экономический союз республик: единая валюта, единое законодательство, оборона. При этом ликвидировался Совмин, а экономикой управлял совет глав правительств каждой республики. Расширялась их автономия. Это было главной причиной торпедирования программы. Горбачев пошел на поводу советского ВПК и отказался от ее поддержки”[[27]](#footnote-27).

Следующим этапом перехода на частную собственность стал выход «Государственной программы приватизации государственных и муниципальных предприятий в Российской Федерации на 1992 год». Она предполагала малую и чековую приватизацию, вторую в народе прозвали “ваучерной”.

Сами приватизационные чеки, или ваучеры, стали выдавать населению в отделениях Сбербанка 1 октября 1992 года. Каждый гражданин получал по чеку, всего было разослано 151 миллион ваучеров[[28]](#footnote-28). Рублёвый аналог ваучера приватизационного чека составлял 10 000 рублей, многим запомнился афоризм тогдашнего главы Госкомимущества, суть которого была такова: на один ваучер можно будет купить две “Волги”. Фактически, напрямую выменять ваучер на деньги было невозможно, из-за незначительности доли, которую представлял собой один ваучер, вложить его в акции на приватизационных аукционах тоже было практически невозможно, люди либо вкладывали их в предприятие, на котором работали, либо попросту продавали спекулянтам[[29]](#footnote-29). Чеки были анонимны, продажа и скупка ваучеров между гражданами официально разрешена. Особо предприимчивые бизнесмены скупали ваучеры у россиян, которые ничего не понимали в новой системе акционирования и заботились скорее о гастрономических нуждах, нежели экономических амбициях. Основатель журнала Forbes в России, исследователь фигуры Бориса Березовского Пол Хлебников так рассказывал о распространении ваучеров: “Поскольку многие жили в ужасающей нищете и в первую очередь думали о хлебе насущном, люди просто продавали ваучеры на улице за наличные, и таких было немало. В итоге уличная цена на ваучер была смехотворно низкой. Тоскливой зимой 1993/4 года в метро можно было видеть плохо одетых прыщавых парней, державших табличку: “Куплю ваучер”. Цена составляла 10 000 рублей — около 7 долларов, как раз на две бутылки дешевой водки”[[30]](#footnote-30).

Следующим этапом приватизации стали залоговые аукционы. Суть аукционов была в том, что наиболее успешные российские банки предоставят правительству кредиты, которыми оно сможет выплатить накопившиеся госдолги, в свою очередь, банкиры на аукционах получат доли в крупнейших российских промышленных предприятиях. Предполагалось, что государство сможет вернуть акции, как только возместит банкам кредиты, но этого так и не произошло, большинство бизнесменов пускали вырученные с предприятия деньги на покупку его же акций. Сильнее всего на аукционах обогатились Михаил Ходорковский, который, будучи главой банка Менатеп, приобрёл пакет акций нефтяной компании Юкос, Владимир Потанин (Оэксим-банк), ухвативший Норильский Никель и Борис Березовский (Нефтяная финансовая компания), получивший контрольный пакет Сибнефти.

Результаты приватизации оценивают, в большинстве своём, крайне отрицательно из-за негативного влияния на ситуацию в промышленности, слишком резкое расслоение населения на крайне богатых и крайне бедных, выделение узкой элитарной экономической группы и так далее. Работавшая в 1997 году думская комиссия по анализу итогов приватизации под руководством М. Ганеева посчитала итоги “катастрофическими”. По их мнению, до приватизации прибыльными можно было назвать 80% предприятий, после прибыльными остались менее 30%, остальные остались и вовсе неплатежеспособными[[31]](#footnote-31).

Таким образом, наиболее предприимчивая часть населения, сформировавшая когорту российского бизнеса, заполучила крупнейшие российские производства и предприятия. Небольшая группа людей, благодаря происходившим в 90е годы экономическим изменениям стали богатейшими людьми страны в одночасье. Произошло разделение общества на богатых и бедных. Захватив контроль над большинством предприятий, у коммерсантов появились новые цели, для них было уже недостаточно заработать деньги, им нужно было их сохранить, обезопасить. А для этого нужно было увеличить влияние, перестать зависеть от государства, от силовых структур, у бизнеса появились политические амбиции.

1.3. Процессы в журналистике 1990-х гг.

Развал СССР, уход с «политической арены» КПСС и приход Ельцина к власти напрямую влиял на процессы, происходящие в Средствах массовой информации. Издания, наконец, могли окончательно отойти от партийного и государственного монополизма. Сложившаяся после событий 1991 года политическая среда способствовала качественному изменению журналистики, концентрации и глобализации масс-медиа среды, появлению интернета в деятельности редакций. К тому же, с развалом ССР пресса получила ещё ломоть обещанной им ещё со времен перестройки гласности. По утверждению медиаисследователя Д. Л. Стровского, “в начале 1990-х годов происходил переход СМИ от модели гласности, сложившейся в условиях горбачевской гласности, к модели их функционирования как четвертой власти”[[32]](#footnote-32). Основными тенденциями развития СМИ в новоиспеченной демократии, как отмечает медиасоциолог А. Н. Алексеев, можно назвать следующие направления в мыслях и действиях редакций того времени:

1. освободившись от цензурного, тематического и идеологического партийного гнёта, пресса пытается занять своё место в системе общественных отношений, определить и сформулировать новые цели и задачи и, в первую очередь, осознать себя не как инструмент идеологического давления, а как социальный институт
2. диверсификация изданий относительно новых потребностей новой аудитории, изменяющейся политической и экономической среды
3. коммерциализация процесса производства медиапродукции
4. изменения в законодательной среде, попытки регулирования медиа-отношений с помощью цивилизованных механизмом управления[[33]](#footnote-33)

Тем не менее, несмотря на эволюцию прессы от канцелярско-партийного аппарата до общественного института и начала многих позитивных процессов внутри медиасреды, так или иначе пресса всё ещё зависела от среды внешней. Точно так же как и большинство предприятий редакции и издательства столкнулись с серьезными экономическими трудностями. Как верно замечает Д. Л. Стровский, “политическая несвобода, как реальность существования СМИ советского времени, сменилась их экономической несвободой”[[34]](#footnote-34). Тяжёлые финансовые условия показали, что СМИ не готовы к самостоятельному существованию, привыкшие к патриархальной зависимости от партии, издания не имели кадров, отвечающих за финансовый менеджмент и управление.

Трудности, с которыми столкнулись редакции, заметно отразились на тиражах. Выпуск “АиФ”, по сравнению с показателями 1990 года, упал в 18 раз, похожая тенденция коснулась и “Известий”, “Нового мира”, “Знамени”, “Дружбы народов” и так далее. Аудитория наиболее известных брендов на информационном рынке сокращалась в 30-40 раз, а уровень регулярного чтения СМИ населением сравнялся с показателями 1940 года[[35]](#footnote-35) [[36]](#footnote-36).

Тем не менее, в России появлялись всё новые типы изданий. Быстро набирает популярность периодика политических партий и объединений. Издания отличались резкой критикой коммунистической догмы, ярким дизайном и, как и следовало ожидать, крайней политизированностью. Наиболее известными среди них были газеты: “Демократическая Россия” (Партия народной свободы), “Правда Жириновского” и “Сокол Жириновского” (ЛДПР)[[37]](#footnote-37).

Качественная пресса пополняется крайне быстро набирающей обороты деловой периодикой. В условиях постоянно изменяющейся финансово-экономической среды информация касательно бизнеса, валюты, инвестиций и так далее пользуется завидным спросом. Исследователь Р. П. Овсепян предлагает классифицировать деловую журналистику на несколько групп:

1. массовые издания, рассматривающие финансово-экономическую среду в целом (“Деловой мир”, “Российская экономическая газета”, “Коммерсантъ-дейли”)
2. издания, заостряющие своё внимание на отдельной сфере экономической жизни страны (“Акционер”, “Медицина для вас”, “Рынок”)
3. специализированные издания, рассматривающие не столько экономическую, сколько бизнес среду (“Финансовая газета”, “Биржа”, “Банковский вестник”)[[38]](#footnote-38)

Новую ветвь развития осваивает и массовая пресса. Особенность изменений массовой прессы состоит в обновлении и расширении тематической повестки. Издания начинают обращаться к темам, ранее не котируемым и не признаваемым партией. На страницах изданий появляются первые расследования, разоблачения, подробности личной жизни знаменитостей и так далее. Теперь, все массовые издания можно условно поделить на классическую общественно-политическую прессу для наиболее массового читателя (“АиФ”, “Московский комсомолец”, “Комсомольская правда”) и жёлтую. Среди бульварной прессы наибольшую популярность получила газета “Спид-ИНФО”, издания “Скандалы”, “Частная жизнь” и “Экспресс-газета”.

Как мы ранее отметили, набирает обороты диверсификация прессы. Растёт количество узкоспециализированных СМИ, на полках газетных киосков появляются: рекламные издания (“Из рук в руки”), молодежная и детская пресса (“Пионерская правда”, “Детское чтение для сердца и разума”), женские издания (“Сударушка”, “Москвичка”, “Мир женщины”, “Vogue”), религиозная, аграрная и экологическая пресса.

Одновременно с этим медиасреда должна была развиваться не только в контексте внутренних изменений, но и считаться с контекстом общественно-политической среды новой страны. Наиболее остро после событий 91 года стоял вопрос экономический: провальные реформы, ошибочная либерализация цен и глубокий кризис с гиперинфляцией как итог. Всё это не могло не отразиться на Средствах массовой информации. Редакциям категорически не хватало денег. Согласно данным исследователя Д. Л. Стровского, тонна бумаги в 1992-1993 стоила редакции около 150 долларов, в 1994-1995 цена на тонну бумаги подскочила до 540 долларов. Одновременно с этим наблюдалась деградация и крайняя скудность рекламного рынка СМИ, в середине 1990-х гг. денежный оборот на рекламном рынке России составлял меньше 1% соответствующего оборота на рекламном рынке США[[39]](#footnote-39). Единственным способом выживания для редакций стала смена собственника или поиск дополнительного учредителя, который стал бы спонсировать выход издания. Таким образом, большинство изданий постепенно перешло в руки коммерсантов, образуя основной предмет нашего исследования — медиахолдинги.

Наиболее успешными и влиятельными стали медиакорпорации Б. Березовского, контролировавшего каналы “ОРТ”, “ТВ-6”, газеты “Коммерсантъ”, “Независимую газету”, “Новые известия”, журнал “Огонёк” и другие издания; В. Гусинского, владеющего телеканалом “НТВ”, радиостанцией “Эхо Москвы”, журналом “Итоги”, газетами “Сегодня” и “7 дней”; Владимира Потанина, спонсирующего деятельность “Известий”, “Комсомолки”, “Европы плюс”, ИА “Прайм” и прочих СМИ. Приобретая наиболее известные и читаемые телеканалы, газеты и журналы коммерсанты планировали не получать прибыль, а формировать общественное мнение, тем самым влияя на политическую игру.

Медиаисследователь С.М. Гуревич так оценивал ситуацию, сложившуюся на рынке СМИ: “акционирование редакций периодических изданий активизировало конкуренцию на медиарынке и убыстрило процесс концентрации СМИ в России. Крупнейшие финансовые компании и банки не замедлили воспользоваться бедственным положением многих газет и журналов и, скупив их акции, превращали в свою собственность. Судя по появлению в Москве в начале нашего века таких компаний, как АФК “СИСТЕМА” С капиталом, составляющим несколько миллиардов американских долларов, процесс образования подобных кластеров убыстряется, что приведет к потере многими столичными СМИ остатков их независимости. Подобный процесс начался также и в других крупнейших центрах России” [[40]](#footnote-40).

С потерей независимости изданий соглашалось большинство специалистов того времени. В разговоре с Я. Н. Засурским журналист Всеволод Богданов отметил: “Была, помните, знаменитая фраза: мы пишем по велению сердца, а сердца наши принадлежат партии. В общем-то это был фальшивый идеал, но всё-таки идеал, которым общество, так сказать, обольщалось. Сегодня можно сказать: мы пишем по зову сердца, а сердца наши принадлежат “ЛУКОЙЛу” или кому-то ещё, Виктору Степановичу Черномырдину, например”[[41]](#footnote-41).

Таким образом, стоит отметить, что с распадом СССР и переходом страны на демократический курс в прессе произошли определенные позитивные изменения, отмеченные концентрацией СМИ, диверсификацией, увеличения количества “качественных” изданий и так далее. Тем не менее, издания столкнулись с проблемами другого характера, общественно-политический контекст эпохи не мог не затронуть периодику, отразившись на ней потерями тиража, экономическим кризисом и монополизацией. Говоря о цензуре, несмотря на то, что СМИ удалось отойти от цензурного гнёта партийной политики, независимость им сохранить не удалось, ввиду того, что на смену политическим рамкам пришли рамки экономические, а на смену партийным бонзам с цензурными ножницами пришли коммерсанты и новые собственники с собственными политическими интересами. Отвечая на вопрос Всеволода Богданова о принципе партийности в журналистике, Ясен Засурский сказал: “У нас наблюдается определенное возвращение к этому принципу, правда, на новом витке. Раньше, скажем, в период перестройки, гласности мы боялись влияния государства, мы выступали в Думе, требовали, чтобы государство не вмешивалось. Сейчас не государство, а “ЛУКОЙЛ”, ОНЕКСИМ-банк задают тон, и, может быть, и государство от них зависит в большей степени”[[42]](#footnote-42).

1.4. Медиаконцерн Бориса Березовского

“Приватизация первого канала состоялась зимой 1995 года. Никаких конкурсов, ни открытых, ни закрытых, по продаже 49 процентов акций не проводилось. Березовский сам решил, кому и сколько процентов он даст”, — вспоминает начальник ельцинской охраны Александр Коржаков в интервью Полу Хлебникову[[43]](#footnote-43). Планом Бориса Абрамовича было распределить акции канала между подконтрольными или лояльными к нему банками, которые фактически стали просто “держателями” его акций. Среди дольщиков Первого канала оказались банки Менатеп, Столичный, Национальный кредит и Альфа и компании Газпром и Национальный фонд спорта. Сам Березовский контролировал 20 процентов акций, ещё 16 приобрели его компании, этого было достаточно, чтобы обладать правом вето на любое решение. Не заплатив практически ничего Борис Абрамович стал по сути контролировать главный телеканал страны. При этом, затраты и расходы канала к нему были не причастны, потому что контрольный пакет (51% акций) оставался у государства. В отсутствие сильного руководителя, Березовский де-факто сам управлял ОРТ[[44]](#footnote-44).

Параллельно с приобретением Первого канала, Березовский решает расширить своё влияние на СМИ. Бизнесмен покупает шестой канал, журнал “Огонек”, “Независимую газету”, ближе в его необъединенный медиаконцерн входят:

* газеты: “Коммерсантъ”, “Новые известия”, “Московская комсомолка”, “Свежий номер”, “Независимая газета”;
* журналы: “Автопилот”, “Власть”, “Деньги”, “Молоток”, “Домовой”, “Огонёк”;
* телеканалы: “ОРТ”, “ТВ-6”
* радиостанцию “Наше радио”

Таким образом, Борис Березовский смог приватизировать и приобрести не только СМИ, но и общественное мнение. Будучи обладателем крупнейшего медиаконцерна страны Борис Абрамович использовал подконтрольные ему медиа для того, чтобы влиять на населения, тем самым лоббируя свои политические и экономические интересы. На вопрос Петра Авена о том, что больше всего удивило его в России 90х, журналист Владимир Познер ответил “журналистика”: “Телевидение мочило Зюганова… Я тогда говорил, что все правильно, что я принимаю это решение, я сам бы не очень хотел, чтоб коммунисты вернулись. Но кто это решение исполнял? Исполняли журналисты. Я говорю, что в тот момент они перестали ими быть. Они стали пропагандистами. Нельзя быть немножечко беременной. Невинность прошла. И я убежден, что то, что дальше происходило, коренится там”[[45]](#footnote-45).

Тем не менее, сам Березовский тоже изменился как политическая фигура. Получив контроль над прессой он перестал быть просто приближенным к Ельцину, крайне успешным коммерсантом, продающим автомобили, по выражению Пола Хлебникова, он стал “архитектором национальной политики”[[46]](#footnote-46), журналист выделял крайне важную роль Березовского в российской общественно-политической среде: “Став хозяином информационной империи, Березовский потерял интерес к бизнесу по продаже автомобилей с его темными делами и кровавыми разборками. Он превратился в главного олигарха, первого среди равных, в деловом мире России”[[47]](#footnote-47).

1.5. Медиахолдинг Владимира Гусинского

Владимир Гусинский, в разное время являвшийся то соратником Березовского и Ельцина, то соперником, стал одним из наиболее влиятельных медиамагнатов после приобретения телеканала НТВ, который, во время распрей их хозяев, был основным полемическим противником ОРТ, но тем не менее, многие СМИ он организовал раньше. У коммерсанта была поддержка в первую очередь тогдашнего мэра Москвы Юрия Лужкова и средства его “Мост-банка”. В отличие от Березовского, Гусинский раньше осознал важность СМИ, ещё одним отличием стало то, что компании он создавал сам и занимался их развитием, не захватывал уже созданные. К середине 90х у Владимира Гусинского были газета “Сегодня”, еженедельник “Итоги”, журнал о ТВ “7 дней” и, на тот момент, пожалуй, самая влиятельная радиостанция “Эхо Москвы”.

Приказом Ельцина в 1993 году был создан телеканал НТВ. Владимир Гусинский стал обладателем 51% акций. В отличие от Березовского, развитие канала действительно интересовало бизнесмена. Гусинский переманил одних из лучших журналистов Первого на НТВ. Телевизионщиков привлекала высокая зарплата и возможность акционирования телекомпании. Таким перебежчиком стал Евгений Киселев, вскоре закрепившийся в роли одного из наиболее популярных телеведущих. Многие специалисты, к тому же, отмечали, что НТВ значительно превосходило остальные российские телеканала, как минимум, в смысле технического качества телепередач.

На НТВ Гусинский не остановился и продолжил расширять свою медиакорпорацию, ближе к 2000 его холдинг “Медиа-мост” обладал:

* телеканалы : “НТВ”, “НТВ+”, “ТНТ”
* журналы: “Семь дней”, “Караван историй”, “Итоги”
* газета “Сегодня”
* радиостанция “Эхо Москвы”

Таким образом, осознав важность СМИ гораздо раньше других бизнесменов и сколотив практически с нуля свою медиаимперию, Владимир Гусинский становится ещё одной ключевой фигурой российской журналистики. Интересы Гусинского и Березовского пересекались практически во всём: в отношениях с властью, в политических потенциях, в бизнесе и так далее. Периодические нападки друг на друга они проводили со своих телеканалов, настраивая население против одного либо другого. Впрочем, против других бизнесменов телеканалы тоже выступали, но постоянная полемика Первого и НТВ стала отражением постоянного пересечения и несоответствия интересов двух крупнейших бизнесменов “новой” России. Нередко это приводило и к открытым столкновениям, все запомнили выпады Березовского на Гусинского по произошедшей в 1994 году операции “Мордой в снег!”.

Итак, в переживающей глубочайший социальный и экономический кризис, ещё не отошедшей от краха существовавшей на протяжении практически целого века коммунистической догмы стране начинают зарождаться новые отношения собственности, идущие на ощупь реформаторы практически полностью проваливают преобразования, которые должны были помочь населению выбраться из нищеты, появляются люди совершенно нового толка: предприимчивые, успешные, жадные и, порой, жестокие коммерсанты на глазах многократно преумножают свои состояния. В только что образовавшейся стране, можно сказать, появляется новая власть, только не политическая, а финансовая, экономическая. В некую зависимость от коммерсантов попадают даже первые лица страны и кремлевское руководство. Перемены, которые должны определять движение нашей страны, то есть, укрепление демократической доктрины, усиление позиций власти, общественная и информационная демократизация и так далее происходят на фоне загубивших российскую промышленность залоговых аукционов, начавшейся вскоре после развала Советского режима чеченской войны, повсеместного бандитизма и усугубившегося кризиса. Вместо ождиаемого и необходимого постоянного укрепления и распространения власти после путчей и расформирования Страны Советов в Беловежской Пуще политическая среда, наоборот, дестабилизируется. А вместе с ней так же дестабилизирована и сбита с толку была журналистика. По мнению главного редактора и генерального директора "Агентства журналистских расследований" Андрея Константинова, новую рабочую систему СМИ не удалось выстроить из-за нежелания и неспособности руководства определить общий вектор её дальнейшего развития: "Советская система устаревшая и заскорузлая рухнула, начали лихорадочно строить другую, не обладая ни знаниями, ни компетенциями. Плюс ко всему начали строить с разных концов, соответственно, домик стал получаться очень странным, потому что в одном месте строили одно, в другом другое. Вот и возникло нечто, что стоит сейчас, очень странная конструкция, и к ней очень много вопросов. Мы понимаем, почему это произошло, но мы не понимаем, зачем это произошло. Никакого плана, стратегии, общей линии ничего этого не существовало"[[48]](#footnote-48).

ГЛАВА II. СМИ как инструмент трансляции политико-экономических интересов крупного бизнеса

2.1 Информационные войны «медиаимперий» 1990-х: Борис Березовский против Владимира Гусинского

Борис Березовский и Владимир Гусинский, на тот момент, в равной степени были одними из самых влиятельных людей в России. Во многом их деятельность была практически идентичной. Оба коммерсанта владели банками и ведущими российскими предприятиями, имели в распоряжении наиболее влиятельные газеты и телеканалы страны, некоторые исследователи называют их "зеркальным отражением друг друга"[[49]](#footnote-49). Корень их вражды не ясен, невозможно определить, с чего именно началось их противостояние, наиболее популярные версии озвучивает Пол Хлебников: "Есть версия, что яблоком раздора стал Аэрофлот: и Мост-банк Гусинского, и АвтоВАЗ-банк Березовского стремились обслуживать его счета. Некоторые считают, что истоки вражды кроются в бизнесе по продаже автомобилей — в соперничестве между ЛогоВАЗом и бизнесменами, связанными с московским правительством. Есть также мнение, что в основе конфликта между ними — телевидение"[[50]](#footnote-50).

Период наиболее острого соперничества Березовского с Гусинским приходится на декабрь 1994 года. Согласно воспоминаниям Александра Коржакова, за несколько месяцев до этого Борис Березовский даже обращался к главе Службы безопасности президента с просьбой “устранить” Гусинского[[51]](#footnote-51). Березовскому не нравилось то, что Гусинский становился всё более серьезным конкурентом не только на экономическом поле, но и на информационном. Телеканал НТВ, на тот момент, активно набирал популярность, передачи, транслируемые на канале, по утверждению журналиста Пола Хлебникова, были “на голову выше всех российских телеканалов — по крайней мере, в чисто техническом смысле”[[52]](#footnote-52). Получив отказ главы СБП Коржакова, Борис Березовский решил действовать в обход силовика, налаживая отношения с дочерью президента Татьяной Дьяченко, которая, по плану коммерсанта, должна была доносить до президента нужные Березовскому мысли. Спустя несколько месяцев убеждений Б. Н. Ельцин даёт приказ Коржакову: “Его НТВ распоясалось, ведет себя нахально. Я вам приказываю: разберитесь с ним”[[53]](#footnote-53). Результатом этого стала операция, в народе получившая название “Мордой в снег!”.

2 декабря силы СБП осадили здание группы АО Гусинского “Мост”. Весь день люди Коржакова блокировали входы и выходы здания “Моста”, ближе к вечеру силовики обезвредили личную охрану Гусинского и держали лежащих на снегу бойцов под прицелом. К 10 часам вечера было принято решение закончить осаду, люди Коржакова просто-напросто развернулись и уехали. Спродюсированная Березовским акция[[54]](#footnote-54) запугала Гусинского, но конечной цели “устранить” конкурента — коммерсант не достигнул. Тогда Березовский решил ударить по имиджу оппонента.

Спустя несколько дней после операции “Независимая Газета”, принадлежавшая Березовскому, печатает свой вариант произошедшего. Причастность хозяина ОРТ, естественно, в материале “Президентские спецслужбы продемонстрировали, кто главный в Москве” не обговаривается, зато после ссылки на источник в кремлевских кругах журналист Вадим Егоров заявляет, что приказ отдал Ельцин после прочтения специально подготовленного досье Гусинского, где содержалась информация о политических амбициях коммерсанта. Согласно версии Независимой газеты, Владимир Гусинский со своим “патроном” во властных кругах мэром Москвы Юрием Лужковым с помощью различных инсинуаций и подковерной игры пытались поставить своего человека на пост министра обороны, с целью в дальнейшем выдвинуть его в качестве кандидата на выборах 1996 года: “В указанном докладе со ссылкой на материалы проведенных оперативно-технических мероприятий утверждалось, что Владимир Гусинский и связанные с ним политики планировали инициировать назначение генерал-полковника Бориса Громова на должность министра обороны России с тем, чтобы бывший командующий 40-й армией выставил свою кандидатуру на пост президента РФ в 1996 году в качестве политической фигуры общенационального масштаба… Владимиру Гусинскому наглядно показали, что даже тесные связи с московскими властями не являются гарантией от неприятностей, если он станет препятствием для осуществления политических планов Бориса Ельцина на ближайшее будущее”[[55]](#footnote-55).

Итогом публикации стало увольнение генерала Громова, на тот момент, заместителя министра обороны, и начальника московского управления ФСБ Евгения Севостьянова, который пытался оказать помощь Гусинскому во время осады “Моста”[[56]](#footnote-56).

Через полтора месяца "Независимая" опять атаковала Гусинского. Игорь Андреев в материале “Группу МОСТ ожидают большие неприятности. Генерал-майор Коржаков объявил, что открывает сезон охоты на гусей” снова со ссылкой на кремлевский источник сообщил о готовящемся уголовном преследовании Юрия Лужкова и Владимира Гусинского. Помимо предполагаемых журналистами арестов в администрации, якобы, готовили публикацию компромата в прессе и массированную атаку по публичному имиджу политика и коммерсанта: “Готовятся разоблачительные газетные публикации и телевизионные сюжеты, в негативном плане отражающие деятельность группы Мост и её руководителей, а также связанных с нею политиков, бизнесменов, чиновников и представителей силовых структур. После обработки общественного мнения и получения санкции Генпрокуратуры возможны аресты весьма высокопоставленных должностных лиц по обвинению в коррупции… Таким образом, титаническая борьба Владимира Гусинского с Александром Коржаковым (любимое занятие которого — охота на гусей) скорее всего завершится в пользу всесильного генерала. На печальном уроке группы Мост российские банкиры должны четко усвоить, что их дело — делать деньги, а не заниматься политикой”[[57]](#footnote-57).

В итоге информационной атаки на Гусинского, Юрий Лужков практически разорвал связи с коммерсантом, учредил “Банк Москвы” и перевел значительную часть муниципальных средств, которые до этого хранились в “Мост-банке” Гусинского, туда[[58]](#footnote-58).

Таким образом, желая устранить своего конкурента, Борис Березовский использует прессу как инструмент давления на руководство страны. Чтобы ослабить позиции оппонента коммерсант публикует в подконтрольной ему "Независимой газете" информацию, не соответствующую действительности. Проведенная, по данным Пола Хлебникова, по просьбе и прихоти Березовского атака на здание компании "Мост" Гусинского выставляется как необходимые меры принятые правительством для того, чтобы не позволять коммерсантам влиять на политическую ситуацию. Публикация "Президентские спецслужбы продемонстрировали, кто главный в Москве" демонстрирует как раз такое влияние. Создаётся ситуация, при которой высшее руководство, которому известны действительные причины осады Гусинского службой безопасности президента, обязано реагировать на дезинформирующую публикацию "Независимой", так как иначе оно само будет дискредитировано. Итак, Борис Березовский, ведомый порывом укрепить свою власть на рынке СМИ, использует прессу как инструмент регулирования общественного мнения. Результатом публикаций стала серия увольнений в силовой верхушке Москвы и временный разрыв отношений между Гусинским и его союзником Юрием Лужковым. Навязывая свои интересы прессе и публикуя в массовом издании свою версию событий, Березовский устанавливает её как единственно верную, а со своими интересами заставляет считаться первых лиц страны. Так, коммерсант вырабатывает основной механизм реализации политического давления с помощью СМИ: контролируя наиболее массовую периодику и владея самым просматриваемым каналом страны Борис Березовский имеет возможность самостоятельно решать, что произошло на самом деле — создавая интересную ему общественную точку зрения, предприниматель вынуждает руководство страны реагировать на события так, как ему нужно. Иначе говоря, Борис Березовский показывает публике, что произошло, независимо от того, насколько это соответствует действительности, и ставит правящую верхушку перед выбором: либо поддерживать, соглашаться и принимать меры относительно выстроенной Березовским ложной версией тех или иных событий, либо на неё не реагировать, а значит в глазах общественности становится причастными и заинтересованными. Чего зачастую и без того крайне непопулярное из-за проваленной приватизации и продолжающемуся не протяжении нескольких лет социальному и экономическому кризису правительство позволить себе не могло.

2.2. Информационная война за «Связьинвест»: СМИ как инструмент проведения в жизнь частных экономических интересов

Одним из постоянных конкурентов Бориса Березовского и Владимира Гусинского был коммерсант Владимир Потанин. Предприниматель, владелец АКБ "ОНЭКСИМ-банкс" провёл серию успешных приобретений на залоговых аукционах, в том числе крупнейшее предприятие, производящее никель и другие металлы, “Норильский Никель”, и занимался построением своего медиаконцерна. В отличие, от корпораций Березовского и Гусинского, “Проф-медиа” Потанина не был настолько крупным и не имел такого значительного влияния на аудиторию, наиболее заметным изданием, входящим в "Проф-медиа", на тот момент, была "Комсомольская правда".

Информационные нападки со страниц изданий Гусинского и Березовского на Владимира Потанина начались после залогового аукциона по компании "Связьинвест". С точки зрения журналиста-расследователя Пола Хлебникова, Владимиру Гусинскому и Борису Березовскому был необходим "Связьинвест", так как приобретение одной из крупнейших телекоммуникационных компаний помогло бы значительно снизить расходы на телеканалы НТВ и ОРТ[[59]](#footnote-59), но упустив контрольный пакет, по выражению Хлебникова, коммерсанты начали "информационную войну": "Сергей Доренко, главный рупор Березовского на ОРТ, передал два резких сообщения о коррумпированности альянса “Онэксим-банк”. Поначалу лагерь Березовского-Гусинского забил тревогу по поводу следующего “открытия”: за Потаниным стоял “спекулянт” Джордж Сорос. “Бывают разные деньги, и лично для меня деньги пахнут”, — заявил тогда Гусинский… Через две недели в российской прессе напечатали материал о том, что ответственный за аукцион по “Связьинвесту” Альфред Кох получил в январе 1997 года от “Онэксим-банка” “взятку” в размере 100 000 долларов. В действительности это был аванс за книгу, который выплатила швейцарская торговая фирма, связанная с “Онэксим-банком”[[60]](#footnote-60).

Первой стрелой, выпущенной в хозяина "Онэксим-банка" стал вышедший ещё до выступления Доренко материал “Конверты вскрывали целый час” журналиста А. Солдатова в подконтрольной Гусинскому газете “Сегодня” в субботу 26 июля, на следующий день после аукциона [[61]](#footnote-61). Журналист усомнился в корректности проведения процедуры, обвинил комиссию в заседании “за закрытыми дверьми” и подтасовке результатов в пользу Потанина: “Несмотря на обещанную открытость проведения аукциона, объявление его результатов дало повод для размышлений. Некоторое недоумение вызвали два факта: разница между предложением победителя и проигравшего составляет всего 165 млн долл. , а подведение итогов происходило за закрытыми дверьми, причем сама процедура вскрытия двух конвертов(не требующая вроде бы высокой квалификации) заняла немногим меньше часа”[[62]](#footnote-62).

На следующий день ведущий ОРТ Сергей Доренко приходит на эфир “Эхо Москвы”, которым, на тот момент, владел Гусинский и повторяет свои обвинения в том, что ключевое телекоммуникационное предприятие досталось иностранным инвесторам (партнёром Владимира Потанина на аукционе был Джордж Сорос).

В понедельник выходит номер газеты “Сегодня”, где на передовице расположилась статья А. Звягильского “Деньги запахли”. Рупор Владимира Гусинского обвиняет партнёров ОНЭКСИМ-банка в крупных хищениях и делает вывод, что банк сотрудничает с преступниками; аукцион по “Связьинвесту” требует признать незаконным, приводит перечень допущенных нарушений; уличает Альфреда Коха в покровительстве Потанину: “Генеральная прокуратура пока не дала официального заключения по поводу заявления Сергея Дубинина о казнокрадстве. Презумпция невиновности — вещи конечно же незыблемая, но а вдруг окажется, что г-н Вавилов и МФК все же нарушили закон. Не станет ли Россия свидетелем нового скандала, на этот раз связанного с тем, что победу на крупнейшем конкурсе одержала группа компаний и банков, которые, как выяснится, не в ладах с законом?... Если Генпрокуратура в конце концов подтвердит свои обвинения, то окажется, что бюджет в результате одной сделки выиграл примерно столько, сколько потерял зимой этого года по инициативе Вавилова и близких ему банков”[[63]](#footnote-63)

В этом же номере журналисты Гусинского проворачивают крайне ловкий кульбит, печатают материал “Выйдет ли завтра в эфир ОРТ? Первый канал рискует разделить участь Известий и Комсомолки”. Автор публикации Е. Трофимова сообщает читателю о планирующейся правительством атаке на телеканал. По информации журналистки, силы ОНЭКСИМ-банка подбили правящие круги “прижать” ОРТ для того, чтобы, по выражению авторитетного исследователя российской прессы И. И. Засурского, “скрыть запах от своих дурнопахнущих операций”[[64]](#footnote-64): “Участники совещания были единодушны в своем выводе: с Сергеем Доренко, а заодно и со всем каналом ОРТ надо кончать. Чиновники и банкиры особо не мучились в поисках технологии борьбы с Доренко и ОРТ. Эта технология давно опробована ими при проведении различных приватизационных конкурсов, залоговых аукционов, реформировании естественных монополии и скупку акций крупнейших российских газет. Для проведения любой крупномасштабной акции этой группе людей требуется только одно — подготовка проекта указа президента, после подписания которого, они вольны делать всё, что им заблагорассудится”[[65]](#footnote-65).

Во вторник градус публикаций накалился до совершенно абсурдного уровня. “Независимая газета” Березовского и авторский коллектив Р. Нарзикулова и Т. Кошкаревой публикуют “пророческий” материал “Станет ли Потанин президентом России?”[[66]](#footnote-66). Здесь журналисты стращают читателя тем, что Владимир Потанин так долго и последовательно набирал необходимый запас материальных средств, полезных знакомств и влиятельных покровителей для того, чтобы в скором будущем занять президентское кресло: “Приватизация государственных предприятий, борьба за бюджетные счета, операции с государственными ценными бумагами — все это особые виды приложения частного капитала, именуемые государственным бизнесом. Самым надежным способом для ведения подобного бизнеса является политика. Некоторых российских предпринимателей политика, впрочем, настолько поглощает, что из вспомогательного инструмента превращается в основное занятие. Если такая метаморфоза произойдет с Владимиром Потаниным, это существенно повлияет на будущее российской политики. Зная целеустремленность главы ОНЭКСИМ-банка, его честолюбие и умение добиваться успеха, следует предположить, что он не удовлетворится вторыми ролями и непременно будет претендовать на пост главы государства”[[67]](#footnote-67).

Как отмечает медиаисследователь И. И. Засурский, коммерсантов не столько заботило качество информационных гонений Потанина, сколько их обширность, количество: “Ежедневные публикации в рамках кампании Березовского-Гусинского проходят ежедневно одновременно со всевозможными пресс-конференциями и заявлениями, создающими информационные поводы для помещения сюжетов в выпуски теленовостей. Примечательно, что статьи в разные газеты ходингов часто пишут одни и те же люди. Например, Рустам Нарзикулов из “НГ” одновременно подписывается А. Звягильским в “Сегодня”. Неплохое начало карьеры — через несколько лет Татьяна Кошкарева и Рустам Нарзикулов будут управлять информационным вещанием на ОРТ”.

Спустя несколько месяцев медиакампаний нападки на Владимира Потанина сошли на нет. Тем не менее, по выражению И. И. Засурского, “мощнейший информационный удар за всю историю 90-х”[[68]](#footnote-68), окончательно дал понять, что большая часть наиболее читаемых и просматриваемых СМИ обслуживают интересы российского бизнеса, а общественно-политическая повестка и позиция медиа регулируются прихотями медиамагнатов. Так ситуацию оценивал историк, исследователь советской и российской прессы Д. Л. Стровский: “Ситуация со Связьинвестом подтвердила, что СМИ не могут претендовать на объективность информации, но становятся инструментом проведения в жизнь частных интересов. В этих условиях творческое начало СМИ неизбежно уступало место информационным технологиям, предлагаемым такими направлениями массово-коммуникационной деятельности, как пропаганда, паблик рилейшнз, и реклама. Привычным делом стал слив в СМИ компромата, который затем использовался журналистами для дискредитации политических и иных оппонентов”[[69]](#footnote-69).

Таким образом, упустившие стратегически важный для них лакомый кусок залоговых аукционов "Связьинвест" Гусинский и Березовский объединяют усилия для массированной атаки по Владимиру Потанину. Целью коммерсантов было признать результат аукциона недействительным и получить ещё один шанс на покупку "Связьинвеста". Для этого они использовали принадлежавшие им СМИ, делая заявления не от собственного имени, а с общественной трибуны, говоря голосом прессы. После того, как попытка изменить результат аукциона или сделать его недействительным проваливается, коммерсанты сосредотачиваются на имидже их оппонента, наполняют информационную среду порочащими Потанина материалами, не стесняются заявлять о том, что ОНЭКСИМ-банк планирует закрыть ОРТ, уличают чиновников в сговоре с коммерсантом. С помощью подконтрольных им изданий и купленных журналистов, таких как Р. Нарзикулова и Т. Кошкаревой, которые в дальнейшем за преданность получат места руководителей на ОРТ, Березовский и Гусинский пытаются устранить конкурента и отобрать купленный им "Связьинвест".

2.3. Президентские выборы 1996: информационные манипуляции крупного медиабизнеса в борьбе за политическую власть

Перед выборами 1996 года группа коммерсантов взяла на себя определенные обязательства перед Б. Н. Ельциным, а именно оплатить его предвыборную кампанию и поспособствовать переизбранию на второй срок. Взамен они получали акции ключевых российских предприятий. Первые проблемы возникли на этапе формирования предвыборной агитационной команды, которая бы в первую очередь спонсировала саму кампанию и определяла, по какой тактике стоит действовать в продвижении крайне на тот момент непопулярного кандидата Бориса Николаевича Ельцина, обеспечивала ему должную поддержку в СМИ и так далее. Вокруг Ельцина сразу сформировалось два противоборствующих лагеря: силовое кремлевское крыло, возглавляемое А. В. Коржаковым, на тот момент, руководителем службы безопасности президента, (в него также входили министр обороны Грачев, директор ФСБ России Барсуков, и первый вице-премьер Сосковец) и лагерь лидирующих российских бизнесменов, в первую очередь, Бориса Березовского и Владимира Гусинского, наконец объединившихся вокруг Анатолия Чубайса и дочери Ельцина Татьяны Дьяченко.

Так за выборы отвечали две противоборствующие команды, где лагерь российского бизнеса действительно двигает президента ко второму сроку, а глава СБП и его соратники не верят даже в выход Бориса Николаевича во второй тур и предлагают передвинуть или отменить выборы. Действительный автор книг Б. Н. Ельцина и, по выражению Петра Авена, второй человек в стране в конце 90х[[70]](#footnote-70), Валентин Юмашев, вспоминает идеи Коржаковского блока как “катастрофу для страны и Ельцина”[[71]](#footnote-71): “Коржаков, Сосковец и команда предлагают решение: отменить президентские выборы в июне, перенести их на два года. Через два года Ельцин уходит обязательно — он об этом официально объявляет — и проводятся новые выборы”[[72]](#footnote-72).

Разногласия предвыборных команд помимо того, что одни, то есть бизнесмены, действовали крайне эффективно, а другие, то есть силовики, по воспоминаниям Анатолия Чубайса, предлагали “сценарии на уровне третьего “Б” класса… их даже обсуждать всерьез было нельзя”[[73]](#footnote-73), были обусловлены ещё и тем, что постоянный соратник президента Ельцина и глава его личной охраны Александр Коржаков не подпускал коммерсантов напрямую к Ельцину, он знал, что вложенные в агитационную кампанию деньги, они стократно покрывают государственными субсидиями[[74]](#footnote-74). Как отмечает в своём расследовании журналист Пол Хлебников, “Коржаков не разрешал им приближаться к Ельцину со своими корыстными интересами. Помощники президента всегда нервничали, потому что Коржаков не спускал с них глаз и не позволял грабить безнаказанно. Они решили, что Коржакова надо убрать”[[75]](#footnote-75).

Сделать это Березовский решил с помощью главы Национального фонда спорта (НФС) Бориса Федорова. Будучи бизнес-партнёром Березовского и управляя учрежденной Ельциным структурой, от Фёдорова тоже ждали вложения денег в предвыборную кампанию. Согласно сведениям полученным из интервью с полковником В. Стрелецким, проводящим расследования хищений средств НФС, Борис Федоров отнёс в штаб команды Анатолия Чубайса 10 миллионов долларов[[76]](#footnote-76). Спонсирование конкурентов не понравилось Александру Коржакову, тот встретился с Фёдоровым и потребовал вернуть деньги в НФС, а тот в свою очередь передал их просьбу Березовскому и тогда, по выражению журналиста Хлебникова, тот пошёл на “хитрый ход”[[77]](#footnote-77).

В дом приёмов ЛогоВАЗа, где заранее была установлена прослушка, Борис Березовский пригласил Валентина Юмашева, журналиста, советника президента по вопросам взаимодействия со СМИ, дочь президента Татьяну Дьяченко, главу штаба Анатолия Чубайса и самого Фёдорова. Зная о прослушке Фёдоров рассказал о якобы преступниках, коррупционерах, бандитах в ближайшем окружении Ельцина, вымогающих у его НФС деньги — Коржакове и его соратниках. Как вспоминает разговор Валентин Юмашев — “в течение полутора-двух часов шёл монолог Федорова, который рассказывает, как Коржаков наезжает на бизнес и как он требует деньги”[[78]](#footnote-78).

Через несколько дней в издании Березовского “Московском комсомольце” в печатном виде появляется запись разговора. “Мы говорим с Чубайсом, что Борису Николаевичу не надо ничего этого рассказывать, потому что эта история, которая точно несвоевременна. [И тут] в “МК” выходит статья, где распечатка этого всего разговора на полполосы. То есть Боря записал этот разговор, Боря выложил его в МК”[[79]](#footnote-79). Позже материал перепечатывают некоторые крупные издания, в том числе "Новая газета".

Целью Березовского было не просто очернить репутацию, понизить политическую популярность или ослабить президентскую лояльность по отношению к Коржакову, но снять его с занимаемой должности и окончательно отделить от Бориса Ельцина. Эту точку зрения подтверждает, присутствовавший на встрече в доме собраний ЛогоВАЗа Валентин Юмашев, отвечая на вопрос Петра Авена, было ли целью Березовского сместить Александра Коржакова, он заявляет: “Да, Боря играл на обострение”[[80]](#footnote-80).

Разыгранная Березовским сцена c плёнкой была тщательно продумана, Борис Федоров не стесняется обвинять Шамиля Тарпищева и Александра Коржакова в бандитизме и хищениях. Судя по опубликованной в Московском Комсомольце расшифровке пленки, складывается ощущение, что глава НФС говорит даже слишком откровенно и прямо, боясь любой двусмысленности:

“Федоров: Я ему каждый день звоню. Но что я ему скажу? А потом, я боюсь, честно говоря. Я не знаю их отношений. Я не верю, чтобы человек умный, имеющий огромные возможности [Коржаков], не знал всего этого. Не верю. А если человек знает на 70 процентов, то Шам давно должен был бы сменить кабинет.

Предприниматель: Не может быть, чтобы нормальный человек, имея эти спецслужбы, имея огромное количество осведомителей, не знал (мы знаем, что нас прослушивают повсюду). И понимая, что Шам ворует колоссальные деньги...

Федоров: Ворует!

Предприниматель: И человек, который пускает к себе в кабинет всех бандитов, не знает ничего об этом?! Или он плохой, не соответствующий по службе человек, или он ворует вместе с ними. Других выводов быть не может.

Федоров: Только так и есть! В этом уверены, начиная с меня и кончая последним слесарем, - все в этом уверены”[[81]](#footnote-81).

С помощью подконтрольных ему СМИ Борис Березовский убирал не только экономических, но и политических конкурентов. Коммерсант опубликовал в “Московском комсомольце” монолог Фёдорова, который сам же ему надиктовывал, при этом время Березовский выбрал самое неподходящее — разгар предвыборной кампании — его не пугала возможная реакция Б. Н. Ельцина и публичная дискредитация президентских соратников. Бизнесмена интересовало не столько общественное мнение, сколько мнение Ельцина относительно его приближенного Александра Коржакова. Таким образом, используя приобретенные им печатные издания Борис Березовский снова реализует механизм давления на власть с помощью захвата общественного мнения, управляет не только экономическими процессами происходящими в России, не только административными чиновниками, но и первыми лицами страны, так как через некоторое время, уже после окончания первого тура выборов, начавшаяся с публикации в МК история в итоге привела к увольнению Коржакова, Барсукова и Сосковца.

Итак, предвыборная команда, возглавляемая Анатолием Чубайсом, должна была всеми силами удержать Б. Н. Ельцина в Кремле. Иначе коммерсанты первого эшелона теряли акции ключевых государственных предприятий и лояльную демократическую власть, на смену которой, судя по опросам населения, должны были прийти коммунисты, в чьи планы не входило и дальше позволять коммерсантам регулировать российскую экономику. Сам Борис Березовский позже вспоминал: “Не секрет, что именно российский бизнес, именно новые люди сыграли решающую роль в победе демократических сил на этих выборах. Это была борьба за кровные интересы”[[82]](#footnote-82).

Одним из основных инструментов регулирования общественного мнения перед выборами, естественно, стали подвластные коммерсантам телеканалы и печатная периодика. Ни о каком нейтралитете СМИ перед выборами не шло и речи, согласно воспоминаниям Пола Хлебникова, пресса и телевидение, в особенности, были перенасыщены фигурой Ельцина: “[На ОРТ] нескончаемым потоком показывали новости, документальные программы и рекламные ролики, возвеличивавшие Ельцина и дискредитировавшие его противников”[[83]](#footnote-83).

Генеральный директор и главный редактор "Агентства журналистских расследований" Андрей Константинов вспоминает выборы 1996 года как Рубикон социально-политической жизни России: "Это некий водораздел: до выборов ещё были надежды на то, что что-то можно изменить, была иллюзия того, что можно что-то переделать, переналадить, перезапустить для более справедливого и честного устройства нашего мира. После переизбрания Б. Н. Ельцина на второй срок эта иллюзия исчезла. Вот это решение олигархов вваливать деньги и всё что угодно только за Ельцина отразилось на журналистском сообществе. Многие это восприняли как догму, мол, да, надо так делать. Это особый случай, надо пойти на такое мошенничество, один раз, потому что так складываются обстоятельства"[[84]](#footnote-84).

Подобной точки зрения придерживается и Валентин Юмашев: “Конечно, всё телевидение работало на Бориса Николаевича. Все частные деньги работали на Бориса Николаевича”[[85]](#footnote-85). К тому же, на Б. Н. Ельцина "работали" и большинство печатных СМИ. Начиная с февраля 1996 года, практически каждая передовица газеты "Сегодня", "Независимой газеты", "Московского комсомольца" и прочих изданий, контролируемых коммерсантами, так или иначе упоминала Ельцина или была полностью посвящена действующему президенту.

Тем не менее, предоставляя время для Ельцинской агитации на своих телеканалах коммерсанты не хотели “продешевить”. По информации Пола Хлебникова, наибольшие государственные дотации и денежные потоки уходили к телевизионному руководству. Согласно бухгалтерской проводке за первую половину 1996 года, ОРТ получило от Кремля 169 миллионов долларов, в то же время, журналист, согласно обнаруженным им данным, считает, что сам телеканал получил только 30 миллионов, остальная сумма осталась на руках руководства, в том числе, Бориса Абрамовича Березовского[[86]](#footnote-86).

Нельзя не признать, что предвыборный штаб Березовского-Гусинского-Чубайса действовал крайне остроумно, в том числе, с помощью телевидения. В частности, контроль над НТВ в очередной раз выручил коммерсантов в ключевом эпизоде борьбы с силовым агитационным блоком Коржакова. Команда СБП проникла в кабинет Германа Кузнецова, распоряжавшегося финансами команды Березовского, в Белом доме и обнаружила полтора миллиона долларов в валюте и чеки о переводах в иностранные банки[[87]](#footnote-87). На следующий день силовики арестовали Сергея Лисовского, партнера Березовского по рекламе на ОРТ, и Аркадия Евстафьева, бывшего пресс-секретаря Анатолия Чубайса с коробкой, наполненной валютой. Это должно было помочь СБП окончательно расправиться с лагерем коммерсантов, уличив их в коррупции и мошенничестве.

Тем не менее, ночью того же дня после собрания в доме приёмов ЛогоВАЗа НТВ прерывает ночные трансляции для срочного сообщения. Опережая Коржакова, телеканал сообщает о том, что приближенцы Ельцина сговорились против действующей власти и арестовали помощников президента: Лисовского и Евстафьева. Утром пресса рассказала тем, кто не смотрел ночные эфиры НТВ о попытке “разрушить демократию в России”[[88]](#footnote-88). Со страниц Московского Комсомольца Александр Будберг рассказывает читателю про действия силового крыла предвыборной команды так: “В среду вечером “большая тройка” решила нанести удар, задержав Сергея Лисовского и бывшего пресс-секретаря Чубайса Аркадия Евстафьева, выходивших из здания правительства якобы с крупной суммой денег. Ситуация с одиннадцатичасовым арестом активнейших организаторов предвыборной кампании Ельцина очень напомнила налет на Мост-банк. Тогда служба безопасности президента показала так называемой московской группе свою силу. Видимо, демонстрация своих возможностей казалась Барсукову и Коржакову необходимой в такой трудный момент. После возникновения грандиозного скандала стало вполне очевидно, что ещё одна такая акция и президенту придется идти на отмену второго тура, так как такие акции свели бы его шансы к нулю. Однако Ельцин, приняв решение о немедленной отставке Коржакова, Барсукова и Сосковца, и полное поражение обернул почти победой”[[89]](#footnote-89).

Сосредоточив контроль над СМИ в своих руках, коммерсанты просто-напросто не дали силовикам оправдаться, не пустили в эфир, не взяли в печатную прессу[[90]](#footnote-90). Таким образом, бизнесмены позволили существовать в общественной информационной среде только одной точке зрения — ложной: Коржаков, Барсуков, Сосковец и их сообщники подбросили агитационной команде Ельцина валюту, чтобы очернить президента, сорвать выборы, привести новую, выгодную им власть.

Другим хитрым кульбитом команды Чубайса стала вербовка генерала Александра Лебедя. Как утверждает сам Чубайс в интервью Петру Авену, пустить на выборы “подсадного” Лебедя было планом Березовского, “вся конструкция, от начала до конца, А — суть конструкции, Б — переговорный процесс”[[91]](#footnote-91). По воспоминаниям Пола Хлебникова Березовский “стал архитектором российской национальной политики. Служба новостей ОРТ, когда требовалось, озвучивала политические взгляды Березовского; пела дифирамбы Ельцину в ходе предвыборной кампании 1996 года; восхваляла Лебедя после заключения тайной сделки между ним и Кремлем в дни выборов; развенчивала Лебедя, когда тот поссорился с Березовским несколько месяцев спустя”[[92]](#footnote-92).

Суть планов Б. Березовского и предвыборной Ельцинской команды на генерала Александра Лебедя состояла в том, что тот должен был забрать часть голосов избирателей у коммунистического кандидата, а затем после первого тура выбыть из игры, поддержав Б. Н. Ельцина, таким образом, переманивая часть избирателей, симпатизирующих коммунистам в демократический лагерь. Взамен генерал получал кресло советника президента по национальной безопасности. .

Александр Иванович Лебедь начинает гораздо чаще появляться на страницах периодики в конце мая. За три недели до выборов выходит материал “Политический зачес Александра Лебедя”. Аналитик Марина Шакина оценивает кандидата: “Александр Лебедь — это недообработанный политический самородок. Его запасы харизмы сопоставимы с ельцинскими образца 1990-1991 годов. Лебедь — гениальный популист со склонностью к демагогии, афористичности, гибким умом и прекрасной нервной системой… В ближайшей президентской кампании ему пока ничего не светит, но через четыре года Лебедь может стать самым серьезным кандидатом на кресло в Кремле, если проведет эти годы с пользой — не прекратит работы над собой, окружит себя людьми, у которых будет, чему поучиться, и не даст задурить себе голове восхвалениям прилипал”[[93]](#footnote-93). Действительно, “Независимая газета” Бориса Березовского строит образ генерала Лебедя как харизматичного, решительного, справедливого политика, способного навести порядок, далекого от бюрократии и сохранившего возможность действовать воочию, а не “на бумаге”. За два дня до выборов “Независимая газета” посвящает центральный разворот основным кандидатам, журналист Олег Давыдов пишет статью “За Александра Лебедя”, где объясняет, почему России нужен именно генерал: “В батальоне, который принял в Афганистане тогда ещё капитан Лебедь, царил страшный бардак. Собранные из разных частей старики круто делили власть и мало обращали внимания на увещевания, что, мол, не надо ломать носы и челюсти товарищам по оружию. Бывали и случаи бесчеловечных издевательств. Так вот после одного экстремального случая, где издевательство над солдатом имело какой-то прямо изуверский характер Лебедь вызвал к себе зачинщиков. Те, конечно, ушли в несознанку, и тогда (далее цитирую по книге За державу обидно…): “Меня взорвало. Я всё-таки, хоть и бывший, боксер тяжелого веса с неплохо поставленным ударом. Вождь “рационализаторов” получил в челюсть и успокоился, проехав по полу в угол. Поперек него упал его первый заместитель. Сверху, рядом, сбоку полегли ещё девять рационализаторов. Крепким оказался только один. Пришлось бить два раза… Многие, конечно, могут возразить, что одно дело — наведения отчетливого порядка в отдельно взятом батальоне, или в армии, или, скажем, в отдельно взятой маленькой республике, и совсем другое — в огромной России. Не до всякого носа кулак, мол, дотянется. Нельзя к каждому чиновнику приставить надсмотрщика и т.д. Верно. Но только Лебедь не такой дурак, чтобы тянуться ко всякому отдельно взятому коррумпированному или бандитскому носу. Самое привлекательное в Лебеде как раз то, что он мыслит системно, стратегически — именно в том стиле, который прививает армия”[[94]](#footnote-94).

Устроенная предвыборным штабом Ельцина информационная поддержка генерала Лебедя привела к тому, что кандидат занял третье место в первом туре, набрав 15% голосов. На следующий день генерал вышел из игры, поддержав Б. Н. Ельцина, и занял заранее обещанный ему пост помощника президента по вопросам национальной безопасности и секретаря Совета безопасности.

По данным службы изучения общественного мнения Vox Populi, определяющей ключевых политиков, высчитывая их популярность и рейтинг влияния, заручившись поддержкой коммерсантов генерал Лебедь смог стать третьей по важности политической фигурой в стране всего за несколько месяцев. Согласно опубликованному в “Независимой газете” списку, в начале марта Александр Лебедь располагался на 25 позиции[[95]](#footnote-95), тогда как в июне генерал занял уже третье место, уступив только Б. Н. Ельцину и Ю. М. Лужкову[[96]](#footnote-96).

Таким образом, российский бизнес использовал большинство ранее приобретенной им общенациональной прессы и федерального телевещания в интересах материального обогащения, так как полученные ими государственные субсидии и акции крупнейших предприятий взамен на финансирование предвыборной кампании Б. Н. Ельцина в случае смены власти были бы отобраны, лидировавшие в предвыборной гонке до вступления в агитационную кампанию штаба Чубайса-Березовского-Гусинского коммунисты в случае избрания Г. А. Зюганова не позволили бы и дальше контролировать российскую экономику, и в интересах укрепления собственного политического влияния. Сделав Ельцина фактическим монополистом эфирного времени, коммерсанты внесли наиболее значимый вклад в расширение демократического электората. Бизнесмены продемонстрировали, что судьба страны и флюгер позиции медиа практически полностью зависит только от их политических предпочтений. Это подтверждает глава "Агентства журналистских расследований", в то время, один из популярных петербургских журналистов Андрей Константинов: "Я считаю что последующие турбулентные завихрения, происходящие в нашей стране, были обусловлены тогда, надо было всё-таки честно попытаться сделать, тогда была бы надежда. Но ведь это закон бизнеса: увидел более короткую схему, будешь идти по ней, будешь экономить. А Березовский с Гусинским, в первую очередь, бизнесмены. И так вот оно и понеслось"[[97]](#footnote-97). Пример 1996 года демонстрирует, как личные интересы коммерсантов благодаря СМИ стали интересами всей страны, во всяком случае большей её части, проголосовавшей за Б. Н. Ельцина.

2.5. «Чеченские войны» 1990-х: информационные манипулятивные технологии медиахолдинга В. Гусинского в защите частных интересов

7 августа 1999 года чеченские группировки под командованием Шамиля Басаева и Амира ибн аль-Хаттаба вторглись в Дагестан, в надежде убедить население перейти на их сторону, однако встретили сопротивление. После ожесточенных боёв в начале сентября силы Басаева и Хаттаба были отброшены обратно в Чечню. С 23 сентября российские войска начали бомбардировку Грозного, а 30 сентября наши силы вошли на территорию Чечни. Военные действия по стабилизации региона и установлению российской власти на нём принято называть Второй Чеченской кампанией.

В информационной среде мнения по поводу освещения боевых действий разделились. Большинство изданий и телеканалов поддерживало российские военные силы, но телеканал НТВ, принадлежавший к информационному холдингу Владимира Гусинского зачастую выступал на стороне чеченских боевиков. На четвертой кнопке страны выходили видео-репортажи из стана чеченских войск, показывались результаты разрушений российской армии, а чеченская сторона конфликта выставлялась угнетенными, нежели угнетателями.

Альфред Кох в лекции студентам Высшей Школы Экономики, посвященной приватизации вспоминал позицию НТВ относительно ещё первой чеченской кампании так: “Я прекрасно помню, как в разгар войны в 1995 году НТВ практически неприкрыто поддерживал чеченских боевиков, показывая зверства федеральных властей, но замалчивая зверства моджахедов, которых было, по меньшей мере, не меньше, и начались они значительно раньше, еще до открытой фазы конфликта. Начались они с того, что фактически русскоязычное население Чечено-Ингушетии было частично вырезано, частично изгнано с территории, на которой они жили сотни лет. Про это никто не говорил, на НТВ в частности”[[98]](#footnote-98).

Во время второй Чеченской кампании ситуация только усугубилась. Большинство репортажей НТВ транслировались не из лагерей российских военных, а из Грозного, где как раз базировались Чеченские боевики. Наиболее яркими были репортажи журналистки Елены Масюк, которая, как казалось, больше других сочувствовала чеченцам. Одной из наиболее противоречивых журналистских работ Масюк стал репортаж с празднования боевиками годовщины подрыва российской 245 мотострелковой колонны, которая доставляла провизию. Согласно докладу Л. Я. Рохлина по факту гибели военнослужащих, 73 солдата было убито, 52 ранено, уничтожено 19 единиц техники, в том числе танк Т-72 и 6 БМП[[99]](#footnote-99).

В рамках репортажа Елена Масюк берет интервью у одного из полевых чеченских командиров Хаттаба, который планировал и командовал подрывом мотострелковой колонны. В сюжете НТВ дискредитируется российская армия и командование, к примеру, на вопрос Масюк, откуда тот взял данные о маршруте колонны, Хаттаб отвечает: “Много продал и отдал ваш этот офицер. Некоторые денег просили, некоторые, честное слово, водка только просили. Водка только дай, он информация тебе отдаёт. Когда я видел это, солдат, я не могу, очень жалко. Значит он там командир, сволочь, собака, он сидит там. Здесь [Хаттаб показывает на погоны] звезда, золото, здесь много есть. [У российских военных сил] оружие хорошее, новое оружие есть, много. Только порядка нет, командования хорошего нет”. Затем журналистка рассказывает о медалях, которыми награждён Амир ибн аль-Хаттаб, и показывает, как искусно украшено его жилище пулеметными лентами и искусственными цветами.

Впоследствии Владимиру Гусинскому придётся Елену Масюк и её съёмочную группу выкупать из чеченского плена. Денег на выкуп медиамагнат просил у своего коллеги Бориса Березовского. Позднее тот расскажет на пресс-конференции в Интерфаксе, что между ним и Гусинским произошёл следующий разговор: "Гусинский сказал: "Ты понимаешь, та ситуация, когда без денег не освободишь" Я говорю - почему? Он сказал: "Ты же понимаешь, наша позиция в чеченской войне была далеко не бескорыстной, она была мотивирована, у нас были определенные отношения...""[[100]](#footnote-100). Правда, после пресс-конференции Гусинский подал в суд на Березовского за опороченную честь и достоинство и выиграл дело. Березовский был вынужден опубликовать опровержения на телеканале НТВ, в самом "Интерфаксе", "Московский комсомольце" и на радиостанции "Эхо Москвы".

Одним словом политика освещения телеканалом чеченской кампании была, по меньшей мере, противоречивой. Встречались и откровенно провокационные видео-сюжеты. Например, журналисты НТВ рассказывали о том, как российским военнопленным комфортно в плену у боевиков, якобы, обращаются с ними там уважительно, не бьют, хорошо кормят и позволяют писать матерям, чтобы те приехали и забрали их домой[[101]](#footnote-101).

Заметный медиаисследователь А. А. Грабельников оценивал информационную повестку НТВ и других изданий Владимира Гусинского как *прочеченскую*: “в среднем чеченская тематика занимала в программах НТВ от 10 до 18 минут в одном информационном выпуске. 80 % всех видеосъемок непосредственных боевых действий велось со стороны чеченских боевиков. Оставшиеся 20 % НТВ делило между съемками разрушений, приписываемых обычно армии, интервьюировании местных жителей-чеченцев, страдающих от «русской агрессии»... Опросы общественного мнения, проводимые НТВ, возможно, с целью проверки эффективности данного способа перепрограммирования, подтверждал и, что для среднестатистического гражданина, регулярно смотрящего телевизор, отношение к собственной армии изменяется в худшую сторону, а цели боевиков становятся «ближе и понятнее»"[[102]](#footnote-102).

ИНТЕРВЬЮ С ВЛАДИМИР КУЗЬМИНЫМ

Таким образом, после интервью с Кузьминым

2.6. Выборы президента РФ 1999: феномен «Программы Сергея Доренко (Время)» как рупора политических интересов Б. Березовского

На выборах 1999 года общество наблюдало за противостоянием двух кандидатов: Евгения Примакова, бывшего премьер-министра, и Владимира Путина, на тот момент, действующего премьер-министра. В дальнейшем они стали политическими союзниками, но на тот момент они, естественно, были политическими соперниками. Шансы у обоих были одинаково высокими, всем становилось понятно, что от результата этого соперничества зависит дальнейший путь России. Оба кандидата заручились поддержкой СМИ и медиамагнатов, исследователь Иван Засурский так описывает расстановку политических сил накануне выборов 1999 года: “В России сформировалось две параллельных партии власти. одна назовем ее по имени предвыборного блока “Отечество — вся Россия” — имела в своем активе популярного политика Евгения Примакова, весь “лужковский” медиахолдинг и контролируемые им издания, а также ряд влиятельных губернаторов, чей авторитет и региональные СМИ тоже позволяли надеяться на победу. Владелец Мост-медиа Владимир Гусинский также принял участие в “большой игре” на стороне этого блока… Другая — кремлевская партия власти — распоряжалась всеми ресурсами властной вертикали и капиталами близких к власти олигархов… на стороне Кремля было ОРТ Бориса Березовского, большая часть общенациональной периодики и не принявшие участия в “ОВР” губернаторы”[[103]](#footnote-103).

Для олигархов исход противостояния был критически важным, каждый понимал, что после прихода новой власти начнётся передел собственности, поэтому медиамагнаты готовы были пойти на всё для победы своего кандидата. По воспоминаниям Сергея Доренко, главного рупора Бориса Березовского, для олигарха это была “смертельная битва”: “Знаешь почему мы победили? Мы победили потому, что мы знали, что если проиграем, то умрем. А они знали, что если они проиграют, то не умрут”[[104]](#footnote-104).

Борис Березовский ставит целью лишить своих оппонентов электоральной поддержки, уничтожить политический имидж соперника и избирает ранее апробированную в информационных противостояниях с Потаниным и Гусинским тактику дискредитации и очернения соперника. В подконтрольной Березовскому прессе и на ОРТ регулярно публикуются компрометирующие блок ОВР данные, доходило даже до того, что по ОРТ в прайм-тайм озвучивали, что поддерживающий блок Примакова политик Борис Немцов не оплачивает услуги девушек из эскорта[[105]](#footnote-105).

Основным фронтом информационных нападок на штаб "Отечества" стала воскресная вечерняя программа Сергея Доренко, в ней журналист обозревал события за неделю и, по выражению Пола Хлебникова, “разносил в пух и прах Примакова и Лужкова”[[106]](#footnote-106), Доренко заявлял о коррумпированности и непрофессиональности московского мэра, обвинял того в убийстве, связанном с гостиницей “Советская”, многократных нарушениях закона, подкупах и взяточничестве[[107]](#footnote-107). "Я до сих пор помню выпуск Доренко, где он улыбаясь говорит: "Вы спросите меня: при чём тут Лужков? А я вам сейчас расскажу при чем тут Лужков". Это как называется? Это какое-то хулиганство, это называется "матросы захватили корабль"", — вспоминает антипримаковскую кампанию ОРТ журналист Андрей Константинов[[108]](#footnote-108).

Самого кандидата в президенты Евгения Примакова Доренко уличает в предательстве России, сговоре с блоком НАТО, поддержке американской интервенции. В одной из программ Доренко заявляет: “Именно люди Примакова его старые контакты на Западе и в российской разведке подстегивают запад к активному давлению на нашу страну с целью остановить русскую армию, и Запад, как вы только что убедились, при всем его лицемерии поддерживает террор в нашей стране… Если сегодня НАТО пытается остановить операцию в Чечне, то НАТО голосует за ослабление России; НАТО голосует за выстрел в спину нашим солдатам; НАТО голосует за замену Путина на Примакова; НАТО голосует за Примакова как за привычного партнёра, который ворчит, но не мешает”[[109]](#footnote-109).

Согласно утверждению Петра Авена именно программа Доренко сыграла ключевую роль в полной дискредитации партии “Отечество — вся Россия”[[110]](#footnote-110). Журналист, как хотел, измывался над политическими соперниками Владимира Путина, изворачивал абсолютно безобидные истории таким образом, что Примаков оказывался то предателем, то злодеем, то инвалидом, то лжецом. В одной из своих программ, демонстрируя эпизод из поездки кандидата Евгения Примакова по Ставрополью, где тот хлопает и пританцовывает с народным ансамблем, Доренко комментирует: “Я б на месте Лужкова запретил бы Примакову не только пританцовывать, но и в ладоши хлопать, потому что вы помните были такие опыты очень печальные, когда после пританцовывания люди отправлялись на шунтирование. На самом деле, человеку, у которого одного сустава нет совсем, а другой сустав разрушается, это очень опасно. По настоящему нужно пожалеть себя, и даже, если нужно вытащить блок на своих плечах и втащить его в думу в качестве паровоза, нужно же подумать о своём собственном здоровье, которого не вернешь”[[111]](#footnote-111). Далее Доренко оценивает озвученные в поездке высказывания команды Примакова: “Как видите, самый скандальный блок решил спасаться от собственной грязи самым оригинальным образом, а именно предложил прессе не говорить о своих проделках. Понимаете, избирательная кампания становится слишком грязной, если кто-либо вспоминает о Лужкове, настолько грязной, что само слово Лужков уже стало символом грязной избирательной кампании. Какой же вывод из этого утверждения? А вывод — самый необычный. Надо зажать нос, закрыть глаза и уши, и тогда у вас возникнет иллюзия чистоты. Рецепт Лужковско-Примаковских сторонников — прост, они говорят: “Не надо мыться”, они говорят: “Просто не надо грязь называть грязью”... Они скажут, что мерзко вспоминать об их грязи, они скажут, что грязно вспоминать об их мрази. Ворон ворону глаз не выклюет — вот их понимание чистоты!”[[112]](#footnote-112)

Эффект от выступлений Доренко был удивительно высоким. Крайне талантливо написанный текст журналист подкреплял постоянными повторами полулозунговых афоризмов, интонацией и голосом превращал свою речь в практически манифестационную. Сам Доренко признается, что заказчик этих передач Борис Березовский звонил ему после каждой передачи, “захлёбываясь, с криками: “Ты гений!”, цитировал целыми абзацами”[[113]](#footnote-113).

Конечно, медиаконцерн Гусинского и телеканал НТВ пытался обыграть Доренко. Одновременно с эфиром “Программы Сергея Доренко” выходила авторская передача Евгения Киселева, которая продвигала Лужковаа-Примаков и компрометировала Владимира Путина. Однако, Евгений Киселев был отнюдь не таким напористым как Доренко, особенностью всей кампании, в том числе медийной, Евгения Примакова было то, что в качестве основной стратегии был избрана оборона[[114]](#footnote-114). В это же время, Березовский, Доренко и ОРТ шли войной на Примакова и его соратников[[115]](#footnote-115). Сам Доренко оценивает свои программы и эффект от них как “15 серебряных пуль”: “12-го я сделал сборную солянку из всех программ осени. Соответственно, выборы были 19 декабря… Но они уже были опрокинуты. 15 серебряных пуль сняли с них всю спесь… Состоялся массовый переход всех на сторону Путина. Все губернаторы присягнули”[[116]](#footnote-116).

Подобное происходило и в прессе. Принадлежавший Березовскому “Московский комсомолец” регулярно публиковал очерняющие штаб Лужкова-Примакова материалы, печатал карикатуры. Даже, обычно более объективная “Независимая газета”, атаковала ОВР, лишала партию симпатий населения. По данным И. И. Засурского, влияния Бориса Абрамовича на прессу было “довольно значительным”[[117]](#footnote-117).

Таким образом, выборы 1999 года были отчасти не политическим соперничеством партий Единство-ОВР, а скорее соперничеством двух медиамагнатов Березовского-Гусинского. В очередной раз коммерсантами разыгрывался основной механизм регулирования общественно-политической среды с помощью СМИ. Медиамагнаты, как и в случае выборов 1996 года, руководствовались соображениями личной выгоды, так как в случае победы их кандидата реализовывалась обсуждаемая нами ранее цель: сохранить и преумножить. Будь то финансовое состояние или политическое влияние. Однако, позже оказалось, что избранная в 1999 году не собиралась продолжать позволять коммерсантам единолично контролировать СМИ и распоряжаться государственной экономикой. Во многом, исход противостояния блока ОВР и партии "Единство" зависел от итога соперничества двух самых заметных ведущих того времени: Доренко-Киселева. Ситуация, созданная коммерсантами, предполагала, что выбор может быть только один: программы шли в одно и то же время, телезритель должен был встать на ту или иную сторону, при этом игнорируя наиболее яркие выступления оппонента, так как даже при всех заслугах периодики, самое яростное, зрелищное и, как считал сам Доренко, "кровавое" противостояние велось на телевидении.

"Доренко никогда не скрывал что он просто деньги зарабатывает, прямо говорил, что капитализирует себя. Киселев любил строить из себя, заворачиваться в белоснежную тогу, но с учетом его генезиса...это ровно то же самое, только более ханжески и более лицемерно. Они рубили бабки и один и другой достаточно успешно. Доренко был поталантливее. У него было прекрасное чувство юмора. Даже жалко, что он ушел с телевидения, но при этом он, конечно, был таким пиратом, который не скрывал, что он здесь на заработках", — рассказывает Андрей Константинов[[118]](#footnote-118). Карьера Сергея Доренко на ОРТ началась тогда, когда над каналом ещё не получил контроль Борис Березовский. Затем журналист перешёл на НТВ, но коммерсант переманил его обратно накануне выборов. Отсюда берет начало тесное сотрудничество коммерсанта и одного из самых талантливых тележурналистов 90х Доренко. Сергей рассказывает в интервью Петру Авену: "Я приезжаю в "Токио", он сидит с Леной Горбуновой, с супругой. "Ну давай, все, туна-суши тебе — шесть штук, шесть штук. Все, давай — ты делаешь программу на Первом канале". Я говорю: "Подождите, но у меня с Гусинским договоренности". Он говорит": " Все, забудь"… И убегает в Кремль — физически, ногами... Через 40 минут возвращается, говорит: "Все решил, вопросы сняты, под мою ответственность ты начинаешь делать передачу на Первом канале""[[119]](#footnote-119).

Так, с октября 1996 года журналист возвращается на ОРТ, он выходит в эфир каждый вечер субботы с аналитическим выпуском программы “Время”. В своём интервью Петру Авену Доренко рассказывает, что его единственным начальником был Борис Березовский. С помощью еженедельных вторничных “завтраков” коммерсанту удавалось держать руку на пульсе, контролировать планы ведущего программы Доренко и, когда нужно, указывать ему, какие события освещать и в каких красках[[120]](#footnote-120). К тому же, по словам Доренко, магнат не жадничал на поощрения за хорошую работу, журналист рассказывает, как Березовский дарит его дочерям украшения, а самому корреспонденту ОРТ дорогостоящую выпивку, не говоря уже о денежных премиях[[121]](#footnote-121).

Главный редактор "Агентства журналистский расследований" Андрей Константинов рассказывает о методе Сергея Доренко: "Есть пословица: правда как собака — на кого спустишь, того и кусает. Доренко был одним из первых, кто понял, что проще манипулировать не враньем, а с помощью правды, только не всей. Это самый эффективный способ. Когда вы не врете, когда вы рассказываете, но не полностью и складывается определенная картина"[[122]](#footnote-122). Телеведущий умел верно выстроить акценты, расставить события в нужной ему последовательности и сгустить краски, Доренко не выдавал зрителю дезинформацию, просто всё, что вещал ведущий с экрана было крайне субъективным и эмоционально окрашенным. Журналист был настоящим мастером убеждения и удивительным риториком, имевшим колоссальное влияние на российскую аудиторию. А отстаиваемая им позиция зависела от интересов его работодателя Бориса Абрамовича Березовского.

Требования свои Березовский, по словам Доренко, формулировал вполне определенно: “А потом начинали говорить о том, какие сложности нас ожидают. Он начинал меня настраивать, что вот такой-то ОНЭКСИМ плохо в Череповце платит людям зарплату. На что я говорил: “Давайте тащите бумаги… и будем разбираться с ОНЭКСИМом… Вот так строилась работа”[[123]](#footnote-123).

Таким образом, давление коммерсантов на СМИ осуществлялось напрямую в виде определенных директив, которые должно выполнить. За хорошую работу журналисты получали хорошее жалование, Сергей Доренко не раз заявлял о том, что он "не может" истратить деньги, которые ему платит Березовский[[124]](#footnote-124). Основной механизм влияния коммерсантов на СМИ отчасти схож с известной схемой Березовского "приватизация в три этапа". Как её объясняет Пол Хлебников: "Чтобы контролировать предприятие, не было необходимости его покупать. Оно могло оставаться в руках государства. Надо было только ввести нужных людей в руководство и затем направить выручку компании по нужным каналам через своих посредников..."[[125]](#footnote-125). Подобным образом Борис Березовский регулировал деятельность медиа. Коммерсанту совершенно необязательно было признание всех журналистов издания или телеканала, достаточно было, захватив контроль, поставить преданных людей в руководство, как к примеру, Р. Нарзикулов и Т. Кошкарева, которые отслужив Березовскому добрую службу, поддерживая его в информационной войне против Потанина, публикуясь сразу в нескольких контролируемых бизнесменом изданиях и подписываясь псевдонимами в итоге получили кресла руководителей информационного вещания ОРТ. К тому же, предоставляя преданному человеку место управляющего, коммерсант автоматически делал его своим союзником и, более того, сообщником, так как в ситуациях, при которых Березовский мог потерять контроль над СМИ, к примеру выборы 1996 или 1999 годов, одновременно со сменой власти на канале или в печатном издании менялись бы и управляющие кадры.

В то же время, если журналисты отчасти спонсируемого государством ОРТ не подвергались экономическому давлению, то сотрудники одного из первых частных телеканалов НТВ, принадлежавшего Владимиру Гусинскому, были вынуждены следовать и соответствовать политическим и экономическим интересам медиамагната.

Итак, "демократическая" Россия 90х, информационное пространство которой практически полностью регулируется коммерсантами, которые, в свою очередь, руководствуются личными интересами, пребывает в некоем "двоемирии". Одновременно здесь существуют действительная среда, в которой все живут, но о существовании которой никто не знает, так как её не показывают по телевидению, и о ней не пишут газеты, и среда иллюзорная-информационная, которая соткана в соответствии с интересами, желаниями и предпочтениями медиамагнатов и в чьей реальности никто не сомневается. Став монополистами мнений, коммерсанты лишили кого-либо возможности быть несогласными, так как единственный ресурс — СМИ, способный что-либо подтвердить или опровергнуть, контролировался ими. Стоит отметить, что существовали издания, которые смогли избежать давления российского бизнеса, но они обладали гораздо меньшим аудиторным охватом и проигрывали в категории "массовости". В качестве такого примера исследователь ангажированности СМИ во время предвыборной кампании 1999 года, Людмила Реснянская приводит всего лишь одну оппозиционную газету "Советская Россия", чей коллектив, по выражению исследователя, "оказался совершенно неподкупным"[[126]](#footnote-126). Тем не менее, большая часть СМИ, имевших гораздо более сильное влияние на аудиторию, исходя хотя бы из критериев массовости, отстаивала политические интересы и амбиции коммерсантов.

Заключение

Последний отрезок двадцатого столетия для России стал переломным. Страна покончила с устаревшим, анахроническим советским укладом, с главенством большевистской партии во всех сферах жизни, со старомодным архаичным, на тот момент, для стран первого эшелона устройством экономики, политики и социальной среды. Провозглашенная ещё политикой Перестройки и М. С. Горбачевым демократизация получила своё логичное продолжение, но не логическое завершение с приходом Б. Н. Ельцина. Обстоятельства диктовали новому руководству немедленное реформирование и реконструирование практически всех сфер жизни граждан. Господствующие к началу 90-х экономический и социальный кризисы, которые, по данным Госкомстата, советской власти удалось ослабить, снизить динамику, усугубились пришедшим демократическим руководством. Реформаторы провалили преобразование экономической среды, не смогли провести продуманную, постепенную и, самое главное, эффективную приватизацию. Предприятия, которые до проведения реформ, оставались, если не прибыльными, то хотя бы платежеспособными, оказались банкротами в частных руках, повальное большинство российской малой промышленности было разорено, земля, на которой находились заводы, распродана, многие остались без работы. Материальное состояние граждан ухудшалось, те деньги, которые были постепенно обесценивались. Больницы были переполнены, медицине критически не хватало расходных материалов, в детских домах также не было мест, по улицам городов слонялись беспризорники. Тюремные камеры были забиты, в городах процветал бандитизм и рэкет. В такие тяжелые времена огромная часть населения пыталась перевести дух, с помощью алкоголя и наркотиков. Стоит ли упоминать, что качество выпивки, которую могли себе позволить рядовые жители страны, оставляло желать лучшего, участились случаи алкогольного отравления и передозировки. В конце концов, население было просто-напросто ошарашено такими резкими политическими изменениями в стране.

На фоне таких пугающих обстоятельств появляется новый социальный класс, в народе получивший название "новый русский". Зачастую начинавшие с бандитизма и рэкета, иногда тесно с ним связанные, иногда только пользующиеся услугами банд и группировок, гораздо реже не уличенные в связях с криминалом, самые предприимчивые люди смогли за несколько лет обогатиться и сколотить себе состояние. Новоиспеченные коммерсанты открывали банки, сотрудничали с западными фирмами, брали под свой контроль предприятия и активно налаживали отношения с властью. Наиболее успешные из них: Борис Березовский, Владимир Гусинский, Владимир Потанин, Михаил Ходорковский и прочие, помимо экономических рано или поздно обзавелись амбициями политическими. Коммерсантам нужно было найти инструмент, с помощью которого они смогу осуществлять давление на власть, который позволит им руководить политической обстановкой в стране, который станет залогом сохранности их самих и их финансов. Такой инструмент они нашли в СМИ.

Постепенно все федеральные, массовые и крупнотиражные издания сосредоточились в руках коммерсантов, образуя собой медиаконцерны. Крупнейшие медиамагнаты в истории 90-х Борис Березовский и Владимир Гусинский смогли выстроить не просто успешную медиагруппу, не просто заработать на продаваемой телеканалами рекламе, бизнесмены смогли стать одними из самых влиятельных и властных людей в России того времени. Российский бизнес, обзаведясь собственными прессой, радио, телевидением смогли осуществлять давление не только на общественное мнение, поворачивая флюгер общественного мнения в нужном им направлении, коммерсанты получили возможность влиять на первых лиц государства, в том числе президента Б. Н. Ельцина и его решения. Бизнесмены не раз использовали СМИ в качестве инструмента выражения их экономических и политических целей: с помощью медиа они убирали экономических конкурентов, например, информационная война концернов Березовского и Гусинского; пытались отобрать упущенные ими на аукционах лакомые куски российской промышленности, как в случае с медийной атакой Березовского и Гусинского по выкупившему "Связьинвест" Владимиру Потанину; обрабатывали общественное сознание нужным им образом, публикуя компромат на политических оппонентов и восхваляя лояльную к ним власть, так коммерсантам удалось выиграть выборы 1996 года и дискредитировать блок ОВР на выборах 1999; имели возможность влиять даже на военные действия: Владимиру Гусинскому удавалось понижать боевой дух российской армии, регулярно демонстрируя с телеэкрана победы и удачные тактические маневры противника, одновременно показывая зверства федеральных войск; убирать и ставить на руководящие должности нужных им людей, как сделали коммерсанты в эпизоде отставки главы президентской охраны Александра Коржакова.

Сконцентрировав в своих руках крупнейшие телеканалы и издания, медиамагнаты обязывали всю страну считаться с их мнением и интересами. Публикуя нужную им точку зрения в СМИ, создавая общественное мнение, они вынуждали власть, не желавшую терять популярность уже и без того разочарованного народа, что доказывает крайне низкий рейтинг демократов накануне выборов 1996, реагировать и принимать меры. Даже если руководству было известно о такого рода информационных махинациях коммерсантов, известны их намерения, оно зачастую не имело возможности не реагировать.

Медиамагнатам не было обязательно захватывать весь телеканал или всё издания, убеждать всех журналистов вставать на их сторону, к примеру, контрольным пакетом телеканала ОРТ обладало государство, но принимал нужные решения и зачастую руководил им Борис Березовский. Всё, что было нужно, это по соответствию с приватизационной схемой Березовского, поставить нужных людей на руководящие должности. Так, работавшие в сразу нескольких изданиях медиакорпорации Березовского журналисты Р. Нарзикулов и Т. Кошкарева и печатающие нужные бизнесмену материалы в дальнейшем получили места в руководстве информационным вещанием ОРТ. Полностью захватить вещание коммерсанты тоже не могли, но им было достаточно поставить в прайм-тайм нужную им программу, чтобы добиться эффекта, это доказал пример с "Программой Сергея Доренко".

Таким образом, в России 1990-х создалась практически беспрецедентная по своей интенсивности ситуация, когда группа коммерсантов, захватив контроль над СМИ, практически полностью контролировала общественно-политическую обстановку в стране. Получившие наконец вольную от партийного цензурного аппарата журналисты так и не получили свободу слова. Действительно, цензуры, как таковой не было, но сложившаяся в журналистике ситуация, по мнению главного редактора и генерального директора "Агентства журналистских расследований" Андрея Константинова, скорее походила на "анархию": "Это не совсем разумная свобода. Свобода — это всё-таки благородное понятие, люди действуют хоть и по каким-то правилам, но правилам хорошим и цивилизованным. А тут ни этики единой цеховой не было, ничего. Журналисты сделали очень много плохого за это время, они могли ломать судьбы человеческие, могли говорить то о людях, чего не было, и не несли адекватного наказания. Это конечно анархия, а не свобода. В то время — вытворяешь всё, что хочешь, суд назначит минимальный штраф, а то, что ты оказываешь воздействие на судьбы, понимаешь только потом. Какая же это свобода? Это называется "мчимся в кровавом вихре""[[127]](#footnote-127). Регулируя информационную среду, пользуясь влиянием СМИ на массовое сознание, медиамагнаты зачастую контролировали социальную, политическую, экономическую среды, руководили действиями власти, освобождали себе путь на конкурентном рынке и самолично принимали решение, какое именно будущее ждёт страну, имея возможность делать исход выборов таким, каким они хотят его видеть. Влияние медиамагнатов, благодаря СМИ, выросло настолько сильно, что после выборов 1996 года сложно было бы определенно сказать, кто-кому был нужнее: правительство медиамагнатам или наоборот. Так или иначе, как продемонстрировал исторический опыт, постепенно коммерсанты взвалили на себя слишком много. Итог практически десятилетней монополии на массовую информацию Бориса Березовского и Владимира Гусинского подвел журналист Андрей Константинов: "Но век их был в этом недолог, и они не успели осознать всех возможностей. Собственно, Березовский просто откусил кусок, который не смог проглотить. И в каком-то смысле с Гусинским произошло то же самое"[[128]](#footnote-128).

Список литературы

**I. Источники**

**1.1. Материалы СМИ**

1. 100 ведущих политиков в феврале // Независимая газета. 1996. № 41(1120) от 1 марта
2. 100 ведущих политиков России в июне // Независимая газета. 1996. №118 (1197) от 29 июня
3. Андреев И. Группу “Мост” ожидают большие неприятности // Независимая газета. 1995. № 9 (936) от 20 января года
4. Будберг А. Что же вы творите, генералы?/ Московский комсомолец. 1996. № 113 (17.375) от 21 июня
5. Давыдов О. За Александра Лебедя // Независимая газета. 1996. №107 (1186) от 14 июня
6. Егоров В. Президентские спецслужбы продемонстрировали, кто главный в Москве/ Независимая газета №233 (909) от 6 декабря 1994 года
7. За что Медиа-Мост подаст в суд на Березовского // Коммерсант. 1999. №169 от 17 сентября [Электронный источник: https://www.kommersant.ru/doc/225745]
8. Звягильский А. Деньги запахли // Сегодня. 1997. №157 (1006) от 28 июля
9. Кошкарева Т., Нарзикулов Р. Станет ли Потанин президентом России? // Независимая газета. 1997. № 138 (1463) от 29 июля
10. Минкин А. Фавориты // Новая газета. 1996 от 7 июля [Электронный источник: <https://old.flb.ru/info/5868.html>]
11. Солдатов А. Конверты вскрывали целый час // Сегодня. 1997. №156 (1005) от 26 июля
12. Трофимова Е. Выйдет ли завтра в эфир ОРТ? // Сегодня. 1997. № 157 (1006) от 28 июля
13. Фрагмент из “Программы Сергея Доренко”/ [Электронный источник: https://www.youtube.com/watch?v=xvmTrKfQZik]
14. Фрагмент из “Программы Сергея Доренко”/ [Электронный источник: https://www.youtube.com/watch?v=TTWWR\_iaUpk]
15. Чекмарева Е. "Гусинский мне прямо говорил, что если он не получит «Связьинвест», то посадит меня". Бизнесмен, бывший «реформатор» Альфред Кох - лекция о российской приватизации // Republic. 2010 от 30 сентября [Электронный источник: https://republic.ru/russia/gusinskiy\_mne\_pryamo\_govoril\_chto\_esli\_on\_ne\_polu-467005.xhtml]
16. Шакина М. Политический зачес Александра Лебедя // Независимая газета. 1996. №96 (1175) от 28 мая
17. Калашников И. Экспертное интервью с А. Константиновым
18. Калашников И. Экспертное интервью с В. Кузьминым

**II. Литература**

1. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018.
2. Алексеев А. Н. Новая пресса как продукт и фактор общественных движений. М. 1996.

Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики XX века: учебник/ Е. В. Ахмадулин, Р. П. Овсепян. — Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. С. 158

1. Власть, зеркало или служанка?: Энциклопедия жизни современной российской журналистики. М. Союз журналистов России, Журналистский фонд России, 1998.
2. Гоголина Л.В. История экономики: Уч. пос. Владивосток: Дальрыбвтуз (ТУ). 1997.
3. Горбунов А.А. Кулибанов В.С. Лебедева Т.В. Реформирование экономики при дефиците инвестиций. Санкт-Петербург. Институт социально-экономических проблем РАН. 1995.
4. Госкомстат, Российский статистический ежегодник — 1997
5. Госкомстат, Россия в цифрах, 1988.
6. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография. М., 2000. Электронный источник [https://www.twirpx.com/file/479941/]
7. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. — 4-е изд., прераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009.
8. Жирков Г. В. Золотой век журналистики России: история русской журналистики 1900-1914 годов: учеб. Пособие/ Г. В. Жирков. — СПб, 2011. С. 96
9. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — М.: Изд-во МГУ, 2011
10. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- .: Изд-во МГУ, 2001.
11. Лаптев И. Д. Российская печать: проблемы и опыт. Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1997. №6
12. Лисин В.С. Преобразования отношений собственности в стратегии Российских экономических реформ. М. Высш. шк. 1998.
13. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 — начало XXI в. 3-е изд. доп. М. Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.
14. Переход к рынку. ЭПИцентр, Москва 1990.
15. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./ Госкомстат России. М. 1997
16. Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности “Журналистика”/ Д. Л. Стровский. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.

Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие для студентов вузов/ Д. Л. Стровский. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 70

1. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. — М.: Детектив-Пресс, 2004.

1. Интервью с А. Константинов// Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-1)
2. Жирков Г. В. Золотой век журналистики России: история русской журналистики 1900-1914 годов: учеб. Пособие/ Г. В. Жирков. — СПб, 2011. С. 96 [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же С. 41 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ахмадулин Е. В., Овсепян Р. П. История отечественной журналистики XX века: учебник/ Е. В. Ахмадулин, Р. П. Овсепян. — Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. С. 158 [↑](#footnote-ref-4)
5. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие для студентов вузов/ Д. Л. Стровский. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 70 [↑](#footnote-ref-5)
6. Горбунов А.А. Кулибанов В.С. Лебедева Т.В. Реформирование экономики при дефиците инвестиций. Санкт-Петербург. Институт социально-экономических проблем РАН. 1995. С. 5 [↑](#footnote-ref-6)
7. Там же. С. 8 [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же. С. 9 [↑](#footnote-ref-8)
9. Горбунов А.А. Кулибанов В.С. Лебедева Т.В. Реформирование экономики при дефиците инвестиций. Санкт-Петербург. Институт социально-экономических проблем РАН. 1995. С. 10 [↑](#footnote-ref-9)
10. Гоголина Л.В. История экономики: Уч. пос. Владивосток: Дальрыбвтуз (ТУ). 1997. С. 36 [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же С. 37 [↑](#footnote-ref-11)
12. Там же [↑](#footnote-ref-12)
13. Горбунов А.А. Кулибанов В.С. Лебедева Т.В. Реформирование экономики при дефиците инвестиций. Санкт-Петербург. Институт социально-экономических проблем РАН. 1995. С. 10 [↑](#footnote-ref-13)
14. Там же. С. 17 [↑](#footnote-ref-14)
15. Там же. С. 28 [↑](#footnote-ref-15)
16. Госкомстат, Российский статистический ежегодник — 1997, С. 86, 686 [↑](#footnote-ref-16)
17. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 105 [↑](#footnote-ref-17)
18. Там же С. 106 [↑](#footnote-ref-18)
19. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./ Госкомстат России. М. 1997. С. 233 [↑](#footnote-ref-19)
20. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 107 [↑](#footnote-ref-20)
21. Госкомстат, Российский статистический ежегодник — 1997, С. 243 [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же. С. 88 [↑](#footnote-ref-22)
23. Госкомстат, Россия в цифрах, 1988. С. 35 [↑](#footnote-ref-23)
24. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 109 [↑](#footnote-ref-24)
25. Госкомстат, Российский статистический ежегодник — 1997, С. 84 [↑](#footnote-ref-25)
26. Переход к рынку. ЭПИцентр, Москва 1990. С. 8 [↑](#footnote-ref-26)
27. Тимофеева И. Её звали не “Китай” [Электронный источник: http://2005.novayagazeta.ru/nomer/2005/45n/n45n-s41.shtml] [↑](#footnote-ref-27)
28. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 126 [↑](#footnote-ref-28)
29. Там же С. 126 [↑](#footnote-ref-29)
30. Там же С. 127 [↑](#footnote-ref-30)
31. Лисин В.С. Преобразования отношений собственности в стратегии Российских экономических реформ. М. Высш. шк. 1998. С. 65 [↑](#footnote-ref-31)
32. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М. ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 263 [↑](#footnote-ref-32)
33. Алексеев А. Н. Новая пресса как продукт и фактор общественных движений. М. 1996. С. 44 [↑](#footnote-ref-33)
34. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М. ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 263 [↑](#footnote-ref-34)
35. Там же С. 264 [↑](#footnote-ref-35)
36. Лаптев И. Д. Российская печать: проблемы и опыт. Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1997. №6 С. 9 [↑](#footnote-ref-36)
37. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М. ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 265 [↑](#footnote-ref-37)
38. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 — начало XXI в. 3-е изд. доп. М. Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. С. 253 [↑](#footnote-ref-38)
39. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода. М. ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 279 [↑](#footnote-ref-39)
40. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. — 4-е изд., прераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009. С. 58 [↑](#footnote-ref-40)
41. Власть, зеркало или служанка?: Энциклопедия жизни современной российской журналистики. М. Союз журналистов России, Журналистский фонд России, 1998. С.12 [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же С.14 [↑](#footnote-ref-42)
43. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 158 [↑](#footnote-ref-43)
44. Там же С. 167 [↑](#footnote-ref-44)
45. Авен П. Время Березовского. АСТ: CORPUS. Москва. 2018. С.309 [↑](#footnote-ref-45)
46. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 167 [↑](#footnote-ref-46)
47. Там же. С. 168 [↑](#footnote-ref-47)
48. Интервью с А. Константиновым // Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-48)
49. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. — М.: Детектив-Пресс, 2004. С.148 [↑](#footnote-ref-49)
50. Там же С. 148 [↑](#footnote-ref-50)
51. Там же С. 153 [↑](#footnote-ref-51)
52. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 152 [↑](#footnote-ref-52)
53. Там же С. 155 [↑](#footnote-ref-53)
54. Там же. С. 156

    [↑](#footnote-ref-54)
55. Егоров В. Президентские спецслужбы продемонстрировали, кто главный в Москве/ Независимая газета №233 (909) от 6 декабря 1994 года [↑](#footnote-ref-55)
56. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 157 [↑](#footnote-ref-56)
57. Андреев И. Группу “Мост” ожидают большие неприятности // Независимая газета. 1995. № 9 (936) от 20 января года [↑](#footnote-ref-57)
58. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 158 [↑](#footnote-ref-58)
59. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 269 [↑](#footnote-ref-59)
60. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 270 [↑](#footnote-ref-60)
61. Там же [↑](#footnote-ref-61)
62. Солдатов А. Конверты вскрывали целый час // Сегодня. 1997. №156 (1005) от 26 июля [↑](#footnote-ref-62)
63. Звягильский А. Деньги запахли // Сегодня. 1997. №157 (1006) от 28 июля [↑](#footnote-ref-63)
64. Звягильский А. Деньги запахли // Сегодня. 1997. №157 (1006) от 28 июля [↑](#footnote-ref-64)
65. Трофимова Е. Выйдет ли завтра в эфир ОРТ? // Сегодня. 1997. № 157 (1006) от 28 июля [↑](#footnote-ref-65)
66. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- М.: Изд-во МГУ, 2001. С. 86 [↑](#footnote-ref-66)
67. Кошкарева Т., Нарзикулов Р. Станет ли Потанин президентом России? // Независимая газета. 1997. № 138 (1463) от 29 июля [↑](#footnote-ref-67)
68. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- М.: Изд-во МГУ, 2001. С. 84 [↑](#footnote-ref-68)
69. Стровский Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности “Журналистика”/ Д. Л. Стровский. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. С. 285 [↑](#footnote-ref-69)
70. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 242 [↑](#footnote-ref-70)
71. Там же [↑](#footnote-ref-71)
72. Там же [↑](#footnote-ref-72)
73. Там же. С. 266 [↑](#footnote-ref-73)
74. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 221 [↑](#footnote-ref-74)
75. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 229 [↑](#footnote-ref-75)
76. Там же С. 230 [↑](#footnote-ref-76)
77. Там же С. 231 [↑](#footnote-ref-77)
78. Авен П. Время Березовского/ Издательство ACT: CORPUS, Москва, 2018. С. 273 [↑](#footnote-ref-78)
79. Авен П. Время Березовского/ Издательство ACT: CORPUS, Москва, 2018. С. 252 [↑](#footnote-ref-79)
80. Там же [↑](#footnote-ref-80)
81. Минкин А. Фавориты // Новая газета. 1996 от 7 июля [Электронный источник: <https://old.flb.ru/info/5868.html>] [↑](#footnote-ref-81)
82. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 217 [↑](#footnote-ref-82)
83. Там же С. 219 [↑](#footnote-ref-83)
84. Интервью с А. Константиновым // Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-84)
85. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 246 [↑](#footnote-ref-85)
86. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 224 [↑](#footnote-ref-86)
87. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 236 [↑](#footnote-ref-87)
88. Там же С. 241 [↑](#footnote-ref-88)
89. Будберг А. Что же вы творите, генералы?/ Московский комсомолец. 1996. № 113 (17.375) от 21 июня [↑](#footnote-ref-89)
90. Там же [↑](#footnote-ref-90)
91. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 264 [↑](#footnote-ref-91)
92. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 168 [↑](#footnote-ref-92)
93. Шакина М. Политический зачес Александра Лебедя // Независимая газета. 1996. №96 (1175) от 28 мая [↑](#footnote-ref-93)
94. Давыдов О. За Александра Лебедя // Независимая газета. 1996. №107 (1186) от 14 июня [↑](#footnote-ref-94)
95. 100 ведущих политиков в феврале // Независимая газета. 1996. № 41(1120) от 1 марта [↑](#footnote-ref-95)
96. 100 ведущих политиков России в июне // Независимая газета. 1996. №118 (1197) от 29 июня [↑](#footnote-ref-96)
97. Интервью с А. Константиновым // Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-97)
98. Чекмарева Е. "Гусинский мне прямо говорил, что если он не получит «Связьинвест», то посадит меня". Бизнесмен, бывший «реформатор» Альфред Кох - лекция о российской приватизации // Republic. 2010 от 30 сентября [Электронный источник: https://republic.ru/russia/gusinskiy\_mne\_pryamo\_govoril\_chto\_esli\_on\_ne\_polu-467005.xhtml] [↑](#footnote-ref-98)
99. Доклад Государственной Думе РФ председателя Комитета ГД по обороне Льва Рохлина по факту гибели военнослужащих 245 мотострелкового полка в Чеченской Республике 16 апреля 1996 года. 1996 26 апреля [Электронный источник: <http://www.245msp.ru/publ/gibel_kolonny_16_aprelja_1996g/doklad_rokhlina_gd_rf/1-1-0-13>] [↑](#footnote-ref-99)
100. За что Медиа-Мост подаст в суд на Березовского // Коммерсант. 1999. №169 от 17 сентября [Электронный источник: https://www.kommersant.ru/doc/225745] [↑](#footnote-ref-100)
101. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография. М., 2000. Электронный источник [https://www.twirpx.com/file/479941/] [↑](#footnote-ref-101)
102. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография. М., 2000. Электронный источник [https://www.twirpx.com/file/479941/] [↑](#footnote-ref-102)
103. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- .: Изд-во МГУ, 2001. С. 118 [↑](#footnote-ref-103)
104. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 410 [↑](#footnote-ref-104)
105. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 406 [↑](#footnote-ref-105)
106. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М. Детектив-Пресс. 2004. С. 308 [↑](#footnote-ref-106)
107. Там же [↑](#footnote-ref-107)
108. Интервью с А. Константиновым// Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-108)
109. Фрагмент из “Программы Сергея Доренко”/ [Электронный источник: https://www.youtube.com/watch?v=TTWWR\_iaUpk] [↑](#footnote-ref-109)
110. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 381 [↑](#footnote-ref-110)
111. Фрагмент из “Программы Сергея Доренко”/ [Электронный источник: https://www.youtube.com/watch?v=xvmTrKfQZik] [↑](#footnote-ref-111)
112. Фрагмент из “Программы Сергея Доренко”/ [Электронный источник: https://www.youtube.com/watch?v=xvmTrKfQZik] [↑](#footnote-ref-112)
113. Авен П. Время Березовского. Издательство АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 406 [↑](#footnote-ref-113)
114. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- .: Изд-во МГУ, 2001. С. 118 [↑](#footnote-ref-114)
115. Там же [↑](#footnote-ref-115)
116. Авен П. Время Березовского. Издательство АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 406 [↑](#footnote-ref-116)
117. Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.- .: Изд-во МГУ, 2001. С. 128 [↑](#footnote-ref-117)
118. Интервью с А. Константинов// Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-118)
119. Авен П. Время Березовского/ Издательство ACT: CORPUS, Москва, 2018. С. 275 [↑](#footnote-ref-119)
120. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 276 [↑](#footnote-ref-120)
121. Там же С. 278 [↑](#footnote-ref-121)
122. Интервью с А. Константиновым// Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-122)
123. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 279 [↑](#footnote-ref-123)
124. Авен П. Время Березовского. Издательсво АСТ: CORPUS. Москва, 2018. С. 394 [↑](#footnote-ref-124)
125. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. — М.: Детектив-Пресс, 2004. С.169 [↑](#footnote-ref-125)
126. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 128 [↑](#footnote-ref-126)
127. Интервью с А. Константиновым // Приложение №1. С. [↑](#footnote-ref-127)
128. Там же [↑](#footnote-ref-128)