

*Засурский И.И.*  
*Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы.-*  
*М.: Изд-во МГУ, 2001. - 288с.*  
*ISBN 5-211-04397-9*

*"Реконструкция России, по сути,— дополненное и переработанное издание книги Масс-медиа Второй республики\*. Книга посвящена истории средств массовой информации России в 90-е годы. Единственный политический институт, сохранившийся после распада СССР, российские СМИ оказали огромное влияние на историю последнего десятилетия. Серьезные изменения претерпела. И роль масс-медиа в обществе: из относительно самостоятельной общественной силы, представлявшей себя в качестве четвертой власти, выполняющими функции политических партий.*

*Для политологов, социологов, историков, специалистов в области журналистики, массовых коммуникаций и студентов, а также более широкого круга читателей интересующихся устройством современной информационной системы.*

## ОГЛАВЛЕНИЕ

5	Предисловие
<b>7</b>	<b>Глава первая. Слово</b>
7	Политизация масс-медиа
10	Газета как пространство идеологии
15	Бунт пропагандистов
18	Рыночный фундаментализм: "заговор" элит и дилетантов
20	"Четвертая власть"
14	Формирование российской системы СМИ
<b>35</b>	<b>Глава вторая. Случай</b>
36	Истоки концепции "Независимой газеты"
39	Зарубежные аналоги "НГ- газеты "Монд" и "Индепендент"
41	Золотые годы "НГ"
42	Ухудшение экономической ситуации: пресса и монополии
44	Цена независимости
44	Второе дыхание: газета мнений
46	Политическая стабилизация и финансовая катастрофа
48	Обманчивый баланс и неосторожный оптимизм
51	Захват газеты
53	НГ Березовского
54	Уроки "НГ" и "забытый" рынок влияния
<b>56</b>	<b>Глава третья. Медиатизация политики</b>
58	Чеченская война: СМИ против власти
63	Президентские выборы 1996 года: торжество
65	Идеологи предвыборной кампании
67	Галактика Маклюэна и публичная сфера
71	Импорт технологий
75	Виртуальная реальность
79	Эпоха информационных войн
83	Битва за "Связьинвест"
88	Другие кампании
93	Последствия информационных кампаний для системы массовой информации и массового сознания..
101	Медиа-политическая система
107	Структура медиа-системы
109	Культурно-идеологические парадигмы
<b>114</b>	<b>Глава четвертая. Реконструкция России</b>
118	Расстановка политических сил
121	Драма-99; Вторая чеченская война
125	Освещение предвыборной кампании
128	Новый год
132	Штандартенфюрер Штирлиц - наш президент;
139	Оппозиция нового типа
145	После выборов
157	Точка сборки - Великая Россия

## **159 Глава пятая. Интернет в России**

- 162 "Пионеры"
- 167 Политика и интернет
- 173 Золотая лихорадка: коммерция в интернете
- 180 Органы информации в сети: кризис вторичности?
- 187 Интернет и будущее журналистики
- 195 Государство и интернет
- 199 Космополис

## **203 Глава шестая. Система СМИ**

- 203 Роль государства в новой система все СМИ
- 204 Государственные печатные издания
- 206 Государственное телевидение
- 211 ОРТ: история создания и использования
- 217 Политизированный капитал и его эволюция
- 219 Группа СМИ Березовского: инструмент влияния
- 223 Холдинг Гусинского: от газеты влияния к группе коммерческих СМИ
- 228 Группа Лужкова как уникальная модель регионального холдинга
- 232 ЛукОйл и ОНЭКСИМбанк
- 239 Коммерческие СМИ
- 247 Иностранный капитал в Российских СМИ
- 250 Истории успеха
- 255 Альтернативные медиа
- 263 Заключение
- 270 Библиография
- 278 Приложение 1. Трансформация системы масс-медиа в Советском Союзе и России (1970—2000)
- 282 Приложение 2. Кто контролирует российские СМИ?