

# Содержание

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Эволюция средств передачи информации</b> .....	3
От древних писем до газет .....	3
Создание информационных агентств .....	23
Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС) .....	30
Российское информационное агентство «Новости» .....	31
Информационное агентство «Интерфакс» .....	32
Периодическая печать России .....	33
<b>Глава 2. Глобальные средства передачи информации</b> .....	51
Эпоха радио .....	51
Эпоха телевидения .....	79
Государственные радиовещательные и телевизионные компании России .....	117
Всероссийская государственная телерадиокомпания (ВГТРК) .....	117
Российская государственная радиовещательная компания «Голос России» .....	117
Государственная радиовещательная компания «Маяк» .....	118
Государственная радиовещательная компания «Радио России» .....	119
Российское государственное и частное телевидение .....	119
От «традиционных» СМИ — к конвергенции массмедиа .....	121
Феномен социальной информации .....	132
<b>Глава 3. Эволюция информационного противоборства.</b>	
<b>От Трои до XXI в.</b> .....	143
Информационное противоборство в Первую мировую войну .....	148
Информационное противоборство во Второй мировой войне .....	153
Психологические операции США .....	170
Теория информационного противоборства .....	182
Информационное противоборство на стратегическом уровне .....	188
<b>Глава 4. Технологии информационного противоборства</b> .....	199
Манипулятивные технологии .....	201
История одной провокации: захват заложников в Греции .....	215
Захватчики автобуса в Греции могут быть русскими .....	215

---

<b>Глава 5. Информационное противоборство: опыт Китая и США</b> .....	222
Опыт Китая .....	222
Структура китайских спецслужб .....	225
Опыт США .....	229
<b>Глава 6. Информационное противоборство и теория средств массовой коммуникации (СМК)</b> .....	243
Два подхода к понятию массовой коммуникации (МК).....	243
СМИ и общественное мнение.....	258
Заявление Президента России по Ираку .....	275
<b>Глава 7. Сущность и содержание PR</b> .....	283
Принципы и функции PR .....	283
Требования к личным качествам специалистов по PR.....	287
История PR — первоисточки и взаимосвязь с информационным противоборством .....	288
Зарождение основ профессии PR в США.....	293
Институализация PR в США.....	296
Первые PR-фирмы.....	302
Использование PR государственными органами, или PR и внешнеполитическая пропаганда.....	306
Создание научных основ и укрепление статуса PR .....	306
Франклин Рузвельт: рыбок PR .....	309
Общие причины становления и развития PR в США .....	311
PR-стратегия Трампа .....	315
Глобализация PR .....	316
<b>Глава 8. Информационное противоборство и PR в кризисных ситуациях</b> .....	322
Типология кризисов.....	323
Антикризисный план и команда быстрого реагирования, или Антикризисный спецназ .....	330
Психологическая сторона кризисной ситуации.....	335
СМИ и кризис.....	336
Управление проблемами с целью предотвращения кризиса.....	339
Аналитическая деятельность: проблемы и перспективы .....	341
Аналитические документы .....	351
Информирование о риске .....	352
Управление информацией в условиях кризиса.....	353
Коммуникативные механизмы воздействия .....	365
Когнитивные механизмы воздействия .....	366