

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
1. ЧТО ТАКОЕ ПРОПАГАНДА, И ЧЕМ ОНА ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ УБЕЖДЕНИЯ?	9
Определение пропаганды	10
Определение пропаганды Джоуэта и О'Доннел	17
Формы пропаганды	32
Субпропаганда/фасилитативная пропаганда	44
Модель пропаганды	48
Пропаганда и убеждение	52
Риторический фон и этика убеждения	60
Пропаганда как форма коммуникации	67
Демагог/пропагандист	72
Обзор книги	73
2. ПРОПАГАНДА НА ПРОТЯЖЕНИИ ВЕКОВ	74
Древняя Греция и Александр Македонский	77
Римская империя	80
Пропаганда и религия	83
Взлет христианства	89
Крестовые походы	92
Реформация и контр-реформация	96
Появление пропаганды	104
Американская революция	108
Великая Французская революция и Наполеон	117
Пропаганда в XIX веке: гражданская война в США	123
3. ИНСТИТУАЛИЗАЦИЯ ПРОПАГАНДЫ	126
Новая аудитория	127
Возникновение массового общества	129
Возникновение критики пропаганды	132
Новые средства массовой информации	136
Реклама: вездесущая пропаганда	195
Пропаганда и интернет: сила слухов	205
4. ИЗУЧЕНИЕ ПРОПАГАНДЫ И УБЕЖДЕНИЯ	217
Современное исследование пропаганды и убеждения	218
Исследование пропаганды и убеждения	223
Влияние СМИ	243
Культурные исследования	255
Исследования коллективной памяти	260

5. ПРОПАГАНДА И ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА	277
Первая мировая война и страх пропаганды	283
Межвоенные годы, с 1920 по 1939	297
Вторая мировая война	325
Конфликты после Второй мировой войны	330
Война в Персидском заливе:	
мобилизация мирового общественного мнения	345
Новый мир пропаганды, 1960-2018	357
Публичная дипломатия	370
6. КАК АНАЛИЗИРОВАТЬ ПРОПАГАНДУ	373
Идеология и цель пропагандистской кампании	375
Контекст, в котором осуществляют пропаганду	376
Идентификация пропагандиста	377
Структура пропагандистской организации	378
Целевая аудитория	381
Методы использования медиасредств	382
Специальные методы для максимизации воздействия	385
Реакция аудитории на различные методы	394
Контр-пропаганда	395
Эффекты и анализ	396
7. ПРОПАГАНДА В ДЕЙСТВИИ	398
Тематическое исследование 1	
Женщины и война: работа, жилье и уход за ребенком	399
Тематическое исследование 2	
Пропаганда и изменение климата: институт Хартленда	411
Тематическое исследование 3	
Крупнейшие фармацевтические компании:	
маркетинг заболеваний и медикаментов	423
Тематическое исследование 4	
Ученые мужи по найму:	
пропагандистская машина Пентагона	444
8. КАК ПРОПАГАНДА РАБОТАЕТ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	451
Модель процесса пропаганды	451
Процесс пропаганды	455
Обобщения	459
ПРИЛОЖЕНИЕ	463
Киберпропаганда	463
ЛИТЕРАТУРА	472