**Овчинникова, Мария Александровна.**

## Связи с общественностью как технология президентской власти в США : диссертация ... кандидата политических наук : 23.00.02. - Москва, 2002. - 248 с.

## Оглавление диссертациикандидат политических наук Овчинникова, Мария Александровна

Введение

Глава I. Теоретические основы и особенности паблик рилейшнз в сфере политики и государственного управления.

1.1. Теоретические основы паблик рилейшнз в сфере политики и государственного управления

1.2. Особенности государственного пиара.

Глава II. Технологии, принципы и приемы президентского пиара в США

2.1. Технологии президентского пиара в США

2.2. Принципы и приемы политического пиара и основы пиар-кампании

Глава III. История связей с общественностью в США на государственном уровне. Становление президентского пиара

3.1. «Американское начало» паблик рилейшнз.

3.2. Эпоха паблисити и первых пресс-агентов (1810-1900 гг.).7S\*

3.3. Становление паблик рилейшнз как профессии и научной дисциплины (начало XX в. - середина 40-х гг. XX в.)

3.4. «Послевоенная эпоха» и начало «эры телевидения» конец 40-х - конец 60-х гг. XX в.)

3.5. История Службы связи (начало 70-х - начало 90-х гг. XX в.).

3.6. Правление Клинтона — эпоха перманентной кампании

3.7. Системно-институциональные причины развития паблик рилейшнз как политической технологии

3.8. Президентский пиар и американское законодательство.

3.9. Сравнительно-социологический анализ паблик рилейшнз на государственном уровне

Глава IV. Паблик рилейшнз, политическая борьба и имидж президентства на примере ряда кампаний администрации Клинтона).

4.1. Кампания-1992: персональные и идеологические черты имиджа Клинтона

4.2. Первые месяцы президентства и борьба за принятие экономического плана Клинтона

4.3. Пиар-кампания по продвижению НАФТА

4.4. Роль пиар-технологий в политической борьбе вокруг реформы системы здравоохранения 1993-1994гг.

4.5. Стратегия «третьего угла» и «бюджетная война» 1995 г.

4.6. Реформы и предвыборная кампания 1996 г.

4.7. Президентский пиар в США и проблема политического манипулирования