

О.Н.Быкова

СЛУХ КАК ДЕМАГОГИЧЕСКИЙ ЖАНР В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ

В любом обществе, при любых политических режимах всегда осуществлялись и осуществляются идеологические манипуляции сознанием людей. Актуальная политическая реальность при помощи власти социализированного слова преобразуется в некий "вторичный текст" массовой коммуникации, который, несмотря на определенную фактологическую объективность, целенаправленно преломляет сознание аудитории, заставляя воспринимать действительность под определенным углом зрения. (Если следовать терминологии Барта, то тексты массовой информации можно считать одним из видов "письма", которое есть не что иное, как опредметившаяся в языке идеологическая сетка, помещаемая той или иной группой, классом, социальным институтом и т.д. между индивидом и действительностью, понуждающая его думать в определенных категориях, замечать и оценивать лишь те аспекты действительности, которые эта сетка признает в качестве значимых). Иными словами, тексты массовой информации — это очень действенный общественный механизм, обладающий огромной принуждающей силой, преодолеть которую полностью, наверное, практически невозможно, но понять внутреннее устройство этого подавляющего механизма, хотя бы наиболее грубых его элементов, все же необходимо, для того чтобы попробовать свести к минимуму негативные массовые информационно-психологические воздействия, начать делать какие-то шаги к решению весьма актуальной проблемы — к обеспечению информационно-психологической безопасности общества. О некоторых языковых (речевых) средствах манипулятивного — демагогического — воздействия на массовую аудиторию в современной российской прессе, о степени их спекулятивной направленности и пойдет речь в нашей статье.

Для практики массовой коммуникации естественна замена убеждения внушением, которое обеспечивается не только престижем источника и не столько содержанием информации, сколько внешней, языковой формой этой информации, способами ее выражения, придающими эмоциональную окраску сообщениям и подчеркивающими их особую смысловую значимость. "В широком плане термином "внушение" принято обозначать некритическое принятие любого внешнего социального воздействия (разумеется, кроме насильственного). В более узком смысле — применительно к информационным процессам — внушением называют вид психологического воздействия, словесного или образного, вызывающего некритическое восприятие и усвоение какой-либо информации. Под влиянием внушения могут возникнуть представления, не соответствующие действительности, появиться стремление действовать без оценки полученных побуждений и верить источнику информации без тени сомнения него надежности" [10, с. 188].

Степень внушаемости, как известно, оказывается особенно высокой в условиях длительных кризисных ситуаций. Деморализованная аудитория — легкая добыча манипулятора. В переходные периоды общества, в условиях политического, экономического и культурного безвременья рождается особая ментальность, характеризующаяся особой (ажитажной и обреченной) готовностью массового сознания принимать на веру любую недоступную для проверки информацию. Эта ментальность становится питательной средой для массовых слухов. В нестабильном, разинформированном и дезинформированном обществе слухи начинают выступать в роли основной информации.

Слух — "теневого мир" (своего рода "черный рынок") информации. Это система интерпретации событий массовым сознанием в соответствии с исторически сложившимся менталитетом — неформальная сеть "доверительных сообщений", дополняющих официальную (формальную) коммуникацию. Слух рождается там, где есть проблема, болевая точка, наибольшее напряжение, слом общественной структуры (экономическая разруха, смена политической власти и появление новых элит, международные и межнациональные конфликты и т.д.).

На циркуляцию слухов достаточно выраженное влияние оказывают СМИ. Периодические печатные издания (прежде всего пресса) пристроены к системе слухов, живут на них. Во-первых, информация в СМИ часто подается как реакция на слух (его подтверждение или опровержение — так называемые экспертные оценки и комментарии). Во-вторых, в последнее время пресса активно эксплуатирует сам жанр слуха, его языковую форму. (Наверное, можно говорить о слухе как о речевом жанре, имеющем некоторые отличительные специфические — интенциональные и формальные — особенности.) Демонстративная открытость и демократичность прессы, ее готовность чутко реагировать не только на происходящие в мире события, но и на появляющиеся и распространяющиеся в обществе неофициальные версии и предположения, молву, приводят ко все большей популярности в прессе слуха как индикатора общественных настроений и источника стихийно возникающей дополнительной информации. Слух как разновидность неформальной коммуникации нередко вытесняет в прессе официальные сообщения, заменяет их, становясь средством наиболее сильного речевого воздействия на массовую аудиторию.

Поскольку прагматическая установка в газете (установка на внушающее воздействие, направленное на представление тенденциозной, односторонней точки зрения на происходящие события) оказывает решающее влияние на особенности использования языковых средств, определяя способы интерпретации фактов и

текстовой подачи, сообщения в прессе выстраиваются зачастую (а нередко и преимущественно) с применением приемов языковой (лингвистической) демагогии (описанных в разное время Т. В. Булыгиной и А. Д. Шмелевым, Т. М. Николаевой, М. Ю. Федосюком).

Лингводемагогия — разновидность языкового манипулирования, навязывание адресату одностороннего осмысления или оценки предмета обсуждения; оценочное воздействие исподволь, путем использования возможностей, предоставляемых языковыми механизмами.

Внушение легко принимается сознанием, если:

- 1) внушаемое совпадает с психическими нуждами и побуждениями адресата;
- 2) содержание сообщения соответствует нормам референтной группы, т.е. совпадает с психической потребностью людей идентифицировать себя с большинством (для чего происходит "освящение" преподносимого сообщения ореолом господствующего мнения);
- 3) источник информации — носитель высокого престижа, имеет высокий социальный статус [см.: 10, с. 200-201].

Апеллируя к нуждам и ценностям аудитории, средства массовой информации неизменно делят мир на "своих" и "чужих", предлагая себя в качестве хорошо осведомленного и "владеющего ситуацией" "своего" — союзника читателя, выразителя мнения "разумного большинства". С противопоставлением "свои" — "чужие" ("мы" — "они"), часто — в контексте превосходства одной группы над другой, связано и обращение прессы к слуху, основная ценность которого как раз в том и состоит, что он передается "своим", а значит — о "чужих".

Принадлежность к позитивной референтной группе (к "своим"), соответствие излагаемой точки зрения ее норме подчеркивается при помощи характерных приемов языковой демагогии. Для сообщений лингводемагогической направленности характерна тенденция "создавать" языковыми средствами некий социум (часто — фантомный), стоящий за адресантом ("генерировать" позитивную референтную группу) и преподносить высказывание как мнение этого социума — так, будто его разделяет подавляющее большинство людей, а противоположной точки зрения придерживаются лишь некоторые малоавторитетные лица [см.: 7, с. 155 и 8. С. 94-95].

Преподнесение мнения как очевидного факта, общеизвестной истины, не согласиться с которой могут только недалекие, неосведомленные лица, — один из способов внушающего воздействия, способствующих преодолению критических барьеров аудитории. Демагогическое информационное воздействие в газете "организуется так, чтобы мысль, представление, образ входили непосредственно в сферу сознания и закреплялись в нем как нечто данное, несомненное и уже доказанное. Это становится возможным при подмене активного отношения психики к предмету коммуникации преднамеренно созданной пассивностью восприятия предлагаемых сообщений" [10, с. 188].

"Никто сегодня не сомневается, что новые попытки досадить Москве и ее мэру не заставят себя ждать. Накануне парламентских и — главное! — президентских выборов Кремль пойдет на все, чтобы "списать со счетов" наиболее популярного в народе политика" (МК в Красноярске, 10-17. 06. 1999. № 23);

"Сегодня только очень далекий от жизни человек не знает, что именно этот первый вице-премьер претендует на "курирование всего"; что именно он своим "броском на Юг" — к Борису Николаевичу — "отставил" Михаила Задорнова с должности министра финансов; что он открыто "кидает" Думу (на предложение депутатов отчитаться за сомнительные коммерческие связи Аксененко ответил отказом); наконец, что именно на этого чиновника сегодня делает ставку "семья" президента" (МК в Красноярске, 17—24. Об. 1999. №24);

"То, что слив компромата не был случайным, доказательств уже не требует. В определенном смысле его можно считать отправной точкой последующей раскрутки пресловутого дела Кузьмина - Черезовой - Егорова, которое, по мнению большинства наблюдателей, сегодня уже не стоит изведенной на него бумагой" (МК в Красноярске, 10-17. 06. 1999. №23).

Для того чтобы вызвать доверие читателя, придать авторитетности навязываемому мнению, используются языковые приемы генерализации и "умножения" сторонников адресанта, такие, например, как употребление в речи личных местоимений "мы", "наш" с размытым содержанием [см.: 8, с. 95]:

"Странно, но чеченская война так, похоже, ничему и не научила наших паркетных генералов. Они точно так же "щадят" нас, пряча всю правду, так же подозрительно относятся к журналистам (слава Богу, хоть не обвиняют ее в продажности)" (Красноярский комсомолец, 9 -15.09.1999. № 36).

(Местоимение мы в таких выступлениях может совмещать в себе сразу несколько значений: "мы — журналисты", "мы — единомышленники", "мы—весь народ" и т.д.)

Наряду с солидаризацией адресанта с аудиторией (прием "общая платформа") доверительность сообщениям могут придавать суждения, отсылающие аудиторию к некоей неофициальной, но якобы очевидной "норме" — некоторой

признаваемой всеми и потому не требующей дополнительных комментариев закономерности. В текстах демагогической направленности нередко присутствуют скрытые апелляции к такой, искусственно созданной в высказывании, "общепринятой норме", которая внедряется в сознание аудитории при помощи скрытых языковых генерализаций (неаргументированных суждений, оформленных в виде речевых импликатур или заключенных в пресуппозициях):

"Говорят, отец Доди страдает тем же пороком, что и Борис Абрамович Березовский, — любит приписывать себе далее те злодеяния, которых не совершал, для создания имиджа великого и ужасного" (МК в Красноярске, 27.05- 3.06. 1999. № 21);

"Союзниками мэра в борьбе с президентским окружением могут стать и Е. Примаков (по слухам, о своем возвращении в большую политику бывший премьер объявит в начале осени), и отставленный генпрокурор Ю. Скуратов, и даже А. Чубайс" (Аргументы и Факты, июнь, 1999. №24).

С разделением мира на "своих" и "чужих" связано еще одно характерное свойство слуха — "удвоение" реальности: наличие "второго дна" в том, что кажется очевидным (мол, вот каким это представляется на первый взгляд, а на самом деле...). Возможно, именно с этой особенностью слуха связано частое использование в прессе такого приема языковой демагогии, как противопоставление "видимой" ("мнимой") и "подлинной" реальности [см.: 2, с. 467]:

"Кириенко верно рассчитал, что любая критика Ю. Лужкова с его стороны вызовет гнев мэра и бесплатное попадание на ТВ и в прессу... Скорее всего, будет достигнута и истинная цель — на выборах в думу перевалить 5%-ный барьер, а там с Лужковым можно и поторговаться" (Аргументы и Факты, июнь, 1999. №23);

"Выход "казначей" из тени на самом деле означает то, что в бой за сохранение ельцинского режима после 2000 года брошен последний резерв. За плечами у Абрамовича никого нет. Отсюда следует, что биться за свое будущее "семья" будет до последней капли крови, вплоть до ввода войск в Москву" (МК в Красноярске, 10-17.06.1999. № 23).

Тексты с таким мотивом подмены часто построены с расчетом на психологический механизм присвоения (с сопутствующим ценностным снижением): "чужое" благодаря этому снижению становится своим. (Вообще, само возникновение слуха невозможно без присутствия темы тайны и посвящения в нее, без таких разделений на близкое и дальнее, видимое и подлинное — "когда реальность не равна самой себе".)

Противопоставление "видимой" и "подлинной" реальности может находить выражение и в таком приеме языковой демагогии, как маркирование слов, характеризующих точку зрения оппонента, как таких, употребление которых не соответствует их истинному значению (при помощи слов *якобы, так называемые* и т.д.) [см.: 8, с. 97].

Слух — известие, достоверность которого не установлена. Сведения об его авторе отсутствуют, что уменьшает подозрения в политической ангажированности слуха и способствует его большей эффективности. (Тем вернее он становится серьезным оружием в конфликтном столкновении.) Для текстов СМИ, ориентированных на жанр слуха, характерна подача информации со ссылками на неопределенные (нереферентные) источники. Например:

"По сообщению осведомленных источников, в окружении президента практически готов план действий на случай выдвигения Б. Ельцина на третий срок. Для подготовки "третьего пришествия", согласно тем же источникам, "под крылом" В. Юмашева создана группа в составе 15 человек" (Аргументы и Факты, август, 1998. № 33);

"По некоторым данным, речь шла либо о крупной сумме денежной компенсации, либо об информированном спонсорстве на предстоящих выборах в Госдуму" (МК в Красноярске, 10-17. 06. 1999. № 23);

"Из военных кругов раздаются такие предположения; если Виктор Черномырдин настаивал на присутствии наших миротворцев на Балканах, а денег для этого нет, то пусть дает из своих. У него, мол, есть..." (Аргументы и Факты, 1999. №23, июнь);

"После скандала вокруг управления губернаторских программ, не нашедших ни копейки инвестиций, Лебедь легко и беззаботно расстался с ними. И, по сведениям из надежного источника, "вцепился" в другую структуру, предназначенную для прокрутки денег, — фонд "Правопорядок" (МК в Красноярске, 10 - 17. 06.1999. №23);

"Источник, близкий к правоохранительным органам края, сообщил "МК" — в Красноярске", что милиция, прокуратура находятся в состоянии, близком к шоку. В то же время наблюдатели заметили повышенную активность начальника управления исполнения наказаний края генерала Шаешникова" (МК в Красноярске, 29.04 - 6.05.1999. № 17).

Нередко авторы газетных текстов используют сами языковые "атрибуты" слуха — указывают на слух, молву как на неопределенный, но заслуживающий внимания источник:

"По слухам из пресс-службы Кремля, А. Чубайсу удалось убедить администрацию, и в первую очередь Татьяну Дьяченко, что С. Степашин — свой, и те, кого он предлагает, — свои" (Аргументы и факты, № 23, июнь 1999);

"Говорят, что после своей отставки он (Кириенко — О. Б.) очень просился на хозяйственную работу — главой Сбербанка. Не пустили" (Аргументы и факты, № 23, июнь 1999);

"Как говорят, одна из причин такого раздражения — то, что с приходом Е. Примакова с президентом стали меньше общаться западные лидеры. ... Зато, как доносят помощники, аналогичные телефоны разрываются в кабинете Е. Примакова" (Аргументы и факты, № 15, апр., 1999);

"Говорят, на минувшей неделе возобновились прерванные зимой консультации с верхушкой КИПРФ" (Аргументы и факты, №24, июнь, 1999).

В теории манипулятивного воздействия известно явление, названное слиппинг-эффектом. Оно заключается в том, что аудитория, получившая информацию со ссылкой на неопределенный источник, по прошествии некоторого времени усваивает ее как достоверную. При всей очевидной неопределенности и ненадежности таких нереперентных ссылок, воздействующий эффект этих сообщений на сознание массовой аудитории может быть огромным [см. об этом: 5, с.72].

Неопределенность слуха находит свое выражение и в упоминаниях неких нереперентных действующих лиц — субъектов действия, имеющих, как правило, принадлежность к миру "чужих". С этим связаны такие приемы языковой демагогии, как манера говорить на "они" (*они считают, они думают, они говорят*) — в случаях, когда речь идет на самом деле о действии какого-то конкретного лица; использование безличных конструкций, ссылки на неопределенные группы людей или на целые (социальные, политические) институты — вместо указания конкретных лиц в сообщениях о чьих-либо действиях или оценках. Например:

"А вот возвращение в Россию другого потенциального арестанта — Б. Березовского — в администрации расценивают как весьма нежелательное. Здесь считают, что Борис Абрамович стремится взбудоражить ситуацию. "Наручники на него, может, и наденут. А вот народным героем ему все равно, не стать", — убеждены в Кремле. (Аргументы и Факты, 1999. № 15, апрель);

"В мэрии Москвы нам намекнули, что и собственных грехов у бывшего премьера предостаточно" (Аргументы и Факты, 1999. № 23, июнь);

"В Кремле уверены, что Лужков, несмотря на все его заявления, на самом деле ждал импичмента (МК в Красноярске, 10-17.06.1999. № 23);

"Что касается дела Скуратова, то в Кремле считают, что "пик проблемы уже пройден". ... В Кремле надеются именно на такой исход" (Аргументы и факты, 1999. № 15, апр.);

"Почему Кремль сделал ставку именно на этого экс-премьера, в принципе, понятно. В Москве (а Сергей Владиленович призван произвести впечатление именно на москвичей) не популярны ни Зюганов, ни Жириновский, ни Лебедь. ... Ну и чем, рассуждали в Кремле, "наши" Кириенко хуже Явлинского? ... Что ж, аналогия выстроена верная. Правда, кремлевские аналитики не учли следующего: имя Кириенко все еще прочно ассоциируется с кризисом 17 августа" (МК в Красноярске, 10-17.06.1999. № 23).

Слух со стороны содержания достаточно обобщен (и тем самым более "дидактичен"), он должен выходить за пределы частного случая (чем противопоставлен, например, сплетне или доносу). Поэтому сообщения, настроенные на жанр слуха, часто сопровождаются "мультипликацией" ("умножением") действующих лиц, самих действий и ситуаций — при помощи, например, некоторых вводных конструкций (*как обычно, как всегда, в очередной раз* и т.д.) или все той же замены конкретных имен на указание целой организации, социального института. Например: *"Как обычно, окружение Примакова отказывается сообщить какие-либо подробности происходящего, а медперсонал молчит "по долгу службы" (Комсомольская правда, 18 - 25. 06. 1999. № 110).*

Единичный случай какого-то действия, таким образом, может быть преподнесен аудитории как явление многократно повторяющееся и обычное, что способствует формированию и укреплению "нужных" стереотипов в сознании аудитории.

Между миром "чужих" и "своих" обычно существует авторитетный посредник. Эту функцию в массовой коммуникации выполняют СМИ. Пресса выступает в роли "посвященного" и посвящающего других посредника, которому при этом часто необходимо (для поддержания и укрепления своего престижа, авторитета, подтверждения надежности и значимости публикуемой информации) дублировать свою персону другими, уважаемыми фигурами — свидетеля, эксперта, "наблюдателя". Сообщения, настроенные на слух, как правило, содержат такой демагогический прием, как ссылки на неопределенных (нереперентных) свидетелей, доверенных, "хорошо осведомленных" и "компетентных" лиц и т.д.

"Кстати, наши эксперты не исключают, что своими выступлениями лидер "Новой силы" только добавит популярности Лужкову" (МК в Красноярске, 10 - 17.06. 1999. № 23);

"Но знающие люди утверждают: если Кремль продолжит его игнорировать, Чубайс подружится не только с Лужковым, но и с самим чертом" (Аргументы и Факты, 1999, № 24, июнь);

"С другой стороны, ходят упорные слухи, что указ об отставке Е. Примакова тоже давно подписан. Знающие люди говорят, что президент всегда утверждает жесткие решения заранее — чтобы в ответственный момент не мучиться сомнениями" (Аргументы и Факты, 1999, № 17);

"Эксперты в связи с этим подчеркивают неслучайность прогрессирующих слухов об отставке Бориса Петрунина. Считается, что они сознательно нагнетались, дабы вывести Бориса Викторовича из себя, заставить его подать рапорт "по собственному" и тем самым облегчить конституирована в должности начальника УВД креатуры Лебеда генерала Шаениникова. Те же эксперты считают: если уход Петрунина состоится, то делу борьбы с преступностью это может навредить" (МК в Красноярске, 29.04 — 6.05.1999. №17).

"По сообщениям источников "МК" в Минтопэнерго, владельцы контрольного пакета "Сибнефти" Роман Абрамович и Борис Березовский сейчас ведут сложнейшие переговоры о продаже своих акций иностранным покупателям. Эта информация косвенно подтверждает слух, что "сладкая парочка" начала перевод активов за рубеж. Эксперты связывают это с подготовкой Кремля к предельно жестким политическим действиям в отношении КПРФ и мэра Москвы Юрия Лужкова, инициатором которых выступает именно Абрамович" (МК в Красноярске, 10 - 17.06.1999. № 23).

Слух — это важность события, умноженная на его двусмысленность (формула Олпорта) [см.: 3, с. 6]. Единицами слуха (слухообразующими элементами) являются экстраординарные события и герои. Особенность героя (а она часто отмечает и окрашивает собой Незаурядность события) определяется его статусом — явным или скрытым, особыми способностями (явными или скрытыми). Сама фигура поэтому (главное действующее лицо слуха) в текстах СМИ нередко характеризуется одним ярким признаком, часто — демонизируется или, наоборот, снижается до карикатурного примитива. Прием характеристики объекта одним признаком (направленный на создание определенных — заданных — стереотипов сознания) — один из описанных приемов языковой демагогии [7, с. 162]. Зачастую он сводится к наклеиванию ярлыков и другим проявлениям речевой агрессии:

"Анатолий Чубайс—рыжий, наглый, самодовольный" (Красноярский комсомолец, 9- 15. 09. 1999 №36);

"Когда стало ясно, что премьером пока побудет Степашин (не путать с Пиночетом!), пошли намеки, что ЧВСу неровен час предложат местечко под его началом." (МК в Красноярске, 27.05 - 3.06. 1999. №21);

"Лидер ЛДПР, решив баллотироваться в уральские губернаторы, огласил удивительную программу действий: "Не ссориться, а дружить с мафией. Ласковый теленок двух маток сосет. Вот и мы всех будем сосать". И чего бы я об этом кричал? В смысле, орал. Хотя ведь, с другой стороны, не анал..." (Комсомольская правда, 29 янв., 1999).

Двусмысленность — тоже необходимый элемент слуха. Сообщения в прессе нередко осознанно насыщаются не только содержательной, но и языковой (речевой) двусмысленностью (игрой слов, многозначительными намеками, скрытыми обвинениями и т.д.).

"Чтобы понять, каким образом из скромного сибирского паренька (Аксененко. — О.Б.) выросло... ну, в общем, то, что выросло... корреспонденты "МК" прошли по его следам. И начали, как положено — с детства" (МК в Красноярске, 17 - 24.06.1999. № 24),

"После встречи с Клинтоном саратовский губернатор Аяцков заявил, что он-де завидует Монике Левиники и восхищается Клинтоном как мужиком — взял бы у Клинтонна... интервью" (Завтра, 1998, сентябрь, № 36);

"Президенту Белоруссии Александру Лукашенко исполнилось 45 лет. Ну что тут скажешь... В сорок пять батька —ягодка опять. В том смысле, что юридически Александру Григорьевичу уже вроде как пора на покой (срок полномочий истек), но фактически он — еще о-го-го! — вполне дееспособен как президент" (Красноярский комсомолец, 9 - 15 сент. 1999. № 36).

Запуск слухов в ситуации конфликта может использоваться для достижения различных целей:

- 1) для дискредитации оппонента в глазах общественности (предвыборные кампании);
- 2) в целях провоцирования на совершение действий, выгодных манипулятору;
- 3) для введения в заблуждение.

Характерная черта прессы — трудность выявления коммуникативно-целевой направленности ее сообщений в связи с использованием приемов маскировки под нейтральную цель (например, информирование). В связи с этим анализ языковых средств, используемых в прессе, требует особого учета прагматических аспектов общения.

Речь — средство управления общественными процессами. Для того чтобы проводить идеалы в жизнь, нужны специальные технологии. Однако нельзя забывать о том, что все эффективные технологии манипулятивны по своей природе, а их оценка на негативность, прогноз последствий воздействий СМИ на общественное сознание требуют серьезной интеллектуальной работы с привлечением самых различных областей современного научного знания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. С фр. М.: Прогресс, Универс, 1994. 616с.
2. Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М.: Школа "Языки русской культуры", 1997. - 576 с.
3. Дмитриев. Л.В. Слухи как объект социологического исследования // Социологические исследования. 1993. № 1.
4. Дубин Б.В., Толстых А.В. Феноменальный мир слухов // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 17-20.
5. Кочубей Н.Ю. Лингвистические средства пропагандистского воздействия (на материале правой прессы Франции): Дис... канд. филол. наук. Киев, 1989.
6. Латынов В.В. Слухи: социальные функции и условия появления // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 12-16.
7. Николаева Т. М. "Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. М., 1988.
8. Федосюк М. Ю. Выявление приемов "демагогической риторики" как компонент полемического искусства: Тез. науч. конф. "Риторика в развитии человека и общества" (13 - 18 января 1992 г.). Пермь, 1992.
9. Хлопьев А.Т. Кривые толки России // Социологические исследования. 1993. № 1. С. 21-33.
10. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М.: Мысль, 1973. 215с.