

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

Выпуск 4 - 2016 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2016.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SFK416.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ядранский Д.Н., Чумак Е.В. Public Relations в государственном управлении: социологический аспект // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2016 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/02SFK416.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 316.42:35

Ядранский Дмитрий Николаевич

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, Екатеринбург¹

Профессор кафедры «Государственного и муниципального управления»

Доктор социологических наук

E-mail: jadransky@yandex.ru

Чумак Елена Васильевна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, Екатеринбург

Доцент кафедры «Государственного и муниципального управления»

Кандидат наук по государственному управлению

E-mail: lena22021977@yandex.ru

Public Relations в государственном управлении: социологический аспект

Аннотация. В статье рассмотрены новые задачи Public Relations в контексте осуществления эффективной реализации задач государственного управления в системе государственного и муниципального управления (ГМУ). Предлагается классический PR альтруистического направления, используемый органами ГМУ ныне заменить на более адекватные для общества непрерывной постмодернизации. В качестве таких технологий предложены технологии направленные на изменения семиотического восприятия и технологии направленные на трансляцию информации с контролируемой реакцией реципиентов.

Ключевые слова: влияние; технологии; ГМУ; PR; социальные изменения; семиозис; восприятие

Современное общество характеризуется значительным уровнем внешнего информационного воздействия, характер которого часто не очевиден. В большинстве случаев, такое воздействие преследует цель реализации определенных социальных изменений, необходимых субъекту воздействия. С этой целью используются различные технологии, в том числе средства PR. Наиболее значимыми подобными технологиями нам видятся в системе государственного и муниципального управления, поскольку ключевой задачей органов ГМУ и является реализация задач социального управления.

При этом, современное общество представляет собой достаточно подготовленную (если не идеальную) среду для социальных манипуляций, поскольку постмодерн, как концепция современного мироустройства, сформировал идеальное манипулятивное

¹ 620144, Уральский ФО, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. 8-е Марта/Народной воли, д. 62/45

социальное пространство. На современном этапе используют указанные возможности практически все социальные институты, за исключением, пожалуй, института государственного и муниципального управления РФ. При том, что сам социальный институт ГМУ с таким влиянием сталкивается постоянно, отдельные элементы подобного реагирования стали появляться только в последние годы.

Для полного понимания принципов и механизмов подобного вмешательства целесообразно обратить внимание на базовые принципы существования общества в эпохе постмодерна. Постмодерн, как модель общественного устройства, характеризуется новым состоянием социальной реальности, в качестве основных признаков которой, можно рассматривать: децентрированность, плюральность, полидискурсность, толерантность, ризоматичность. Приведенные характеристики социальной реальности эпохи постмодерна, являются основой современного социального пространства, одной из технологий изменения которого, является PR. Указанные признаки не могут существовать без внешнего воздействия, поскольку их социальность, является сконструированной извне и, по нашему убеждению, не обладает гомеостатичностью. Средства PR, в таком случае, обеспечивают указанную гомеостатичность в достаточно широком диапазоне отклонений, базируясь на принципах собственной амбивалентности - «конструктивных и деструктивных, дефрагментирующих и фрагментирующих, этико-дискурсивных и манипулятивных, антикризисных и провоцирующих кризис и т.п.) в зависимости от конкретных целевых и ценностных установок субъектов PR-деятельности» [1, с. 17].

С одной стороны, манипулятивная роль PR активно не афишируется. С другой, теоретики и практики PR отмечают усиление манипулятивного аспекта в современных связях с общественностью. По нашему мнению данный процесс связан с трансформацией современного института PR, а так же в связи с тем, что процесс восприятия информации индивидом, приобретает инструментальный характер (воспринимаемая информация является инструментом влияния на сознание индивида). В условиях нарастающей общественной манипулятивности общества использование для информирования (корректирования общественного мнения) не подготовленного соответствующим образом информационного потока является неэффективным. В силу этого PR становится неотъемлемой составляющей современного коммуникативно-информационного пространства, в том числе в работе органов ГМУ.

Отдельные ученые, опрометчиво утверждают, что только в странах постсоветского пространства, или влияния идеологических моделей советского прошлого: «промывание мозгов и манипуляция сознанием масс была нормой социальной жизни» [2, с. 9]. По нашему мнению, подобная технология реализовывалась не менее активно за рубежом. При этом следует так же учитывать, что если советская технология «промывания мозгов» ориентировалась преимущественно на идеологическое направление, то западные аналоги охватывали все сферы общественной жизни (политику, экономику и прочее). В целом достаточно адекватной выглядит мысль, сформулированная украинским автором А. Ротовским. Он, говоря о PR как инструменте манипуляции, объясняет его как «навязанное отечественному сознанию средствами массовой информации (СМИ), которые, в свою очередь, отзеркаливают реальные настроения целого слоя политиков и бизнесменов, видящих в манипуляции и антидемократических методах управления единственный путь к эффективному правлению» [2, с. 6]. В данном случае, мы считаем возможным перенести указанный тезис на все социальное пространство. С одной стороны, полидискурсность изменяет саму базовую логику демократии, поскольку лишает возможности субъектов к достижению консенсуса. С другой - сам дискурс, часто является продуктом манипуляции. При этом следует учитывать, что прямое применение заимствованных PR-технологий в большинстве постсоветских обществ усложняется пока еще не полной постмодернизацией

обществ постсоветских стран. В качестве причин можно рассматривать заложенные постсоветской образовательной средой элементы, облегчающие индивидам процесс проверки реальностью результатов отдельных социальных процессов. Так же имеет место некоторое отставание процессов постмодернизации по сравнению со странами западного мира (указанные процессы в постсоветских странах стали проходить преимущественно в 90-х годах прошлого века в то время, как период активной западной постмодернизации проходил в 60-90-х годах). Следует отметить, что объективные факторы (развитие компьютерной техники) частично ускоряют процессы общественного переустройства (постмодернизации) в постсоветских странах.

Как утверждают отдельные ученые (в частности украинский автор Н. Мантуло) практики публичных рилейшнз как знаково-символического арсенала методов манипулятивного воздействия в последние годы связана с интенсивными процессами семиотизации информационно-коммуникационного пространства, в которых технологиям PR отводится роль основного инструмента влияния на социальные процессы [3].

В научном мире существует определенное противоречие обусловленное различиями во взглядах на манипулятивность PR. Часть ученых не признает наличие или целесообразность манипулятивных практик в PR (С. Блэк, А. Сентер, В. Моисеев, И. Поверинов и др.). Другая часть придерживается прямо противоположного мнения: (Г. Почепцов, Г. Тульчинский, Г. Филиппов, А. Шеремет и др.). Мы разделяем мнение о манипулятивных задачах PR и считаем разработку отечественной технологии влияния важной задачей в рамках современного социального института ГМУ.

Цель. Целью данного исследования является определение специфики манипулятивного воздействия в PR органами ГМУ, как необходимого условия эффективного процесса общественного строительства (конструирования) в обществе постмодерна.

Результаты. Присущее обществу постмодерна доминирование знака, образа и иллюзии (имитации) нашло философско-теоретическое обоснование в учении о симулякрах Ж. Бодрийяра, а также в учении о деконструкции Ж. Деррида. Данные учения обнаруживают «утрату реальности» и замену ее гиперреальностью, в которой знаки освобождаются от связи с обозначаемыми объектами. Указанная тенденция проявляется и в современных практиках публичных рилейшнз с присущей им сосредоточенностью на «образовании значений, смыслов, текстов» [4, с. 62]. При этом утрата реальности ничуть не уменьшает необходимости симуляции поступательности общественного развития. Объективно, в процессе общественного развития должны происходить определенные объективные изменения, влияющие на природно-биологические компоненты социального института (изменения верифицируемые практикой). Однако задачей постмодернизационного строительства оказывается симуляция, в том числе, и указанного поступательного движения, причем такими методами, чтобы на уровне индивида их практически невозможно верифицировать. Следовательно, общественное развитие все больше перемещается из сферы объективной реальности в семиотическую сферу. Очевидным, в данном случае оказывается необходимость использования технологий изменяющих семиотику не только отдельных фраз и текстов, но и определенных социальных явлений, процессов как целостного социального интертекста.

Подавляющее большинство теорий PR, считающихся «классическими», являются альтруистическими, подчеркивающими направленность PR на создание доброжелательных, гармоничных отношений между субъектом и общественностью. В этом смысле, современные манипулятивные технологии используют возможности PR в полном объеме. Поскольку ключевой задачей является использование ресурса власти в собственных целях, следовательно, задача стоит в налаживании гармоничных отношений между субъектом и фрагментированной общественностью. Для этого существует необходимость в отказе от

унифицированных методов воздействия и переходе к использованию фрагментированных (ориентированных на представителей различных дискурсов). При этом современное информационное пространство упрощает вопрос дифференциации каналов продвижения информации переводя их на сетевой уровень.

По мнению Н. Мантуло, отрицать наличие манипулятивной составляющей невозможно, особенно если учесть направленность PR на решение задач субъекта. Формирование доверия к субъекту, на чем акцентируется в альтруистических определениях паблик рилейшнз, является, все же, не конечной целью, а средством достижения им впоследствии выгоды для себя... [3]. Таким образом, меняется сама логика альтруизма, которая, проявляется в переориентации с общества на цели управляющего субъекта. Однако, в контексте реализации PR органами ГМУ, данная логика приобретает свой исходный смысл.

В случае изменения представлений о социальной реальности, представители социальной группы, ставшей объектом воздействия, должны не усматривать указанного изменения, а соответственно не ощущать самой манипуляции. Последнее особенно сложно в условиях муниципального управления, где дистанция проверки реальностью любого информационного сообщения - существенно сближается.

В таком случае, симулировать общественное развитие возможно только путем изменения ценностно-нормативной структуры индивида (социальной группы) с целью принятия им новых ценностей, достижение которых может быть обеспечено субъектом муниципального управления либо не может быть проверено субъектом манипуляции. Другими словами, поступательное движение предусматривает достижение определенных целей с проверкой степени их достижения, соответственно либо изменения должны соответствовать ценностной матрице населения либо сам факт проверки реальностью должен вызывать затруднения. Следовательно, достигнуть иллюзии общественного развития становится возможным двумя путями: заменой (подменой) достигаемых ценностей или заменой характера интерпретации результатов их достижения. Примером такой замены интерпретации может служить олимпийский принцип - «главное не победа, а участие». Именно формированию (изменениям) оценочной матрицы принадлежит значительная роль PR в ГМУ.

Обобщая существующие определения манипуляции, российский политолог С. Кара-Мурза, трактует манипуляцию, как вид духовного психологического воздействия, как скрытое воздействие, «факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции» [5, с. 16].

Соглашаясь с указанным определением, можно констатировать, что процесс изменения интерпретации индивида должен быть произведен незаметным для него способом. Наиболее эффективным, в данном случае нам кажется усиление внимания к семиозису, как системе интерпретации и восприятия комунитативного потенциала PR. В данном случае органы ГМУ транслируют альтернативную ценностно-нормативную матрицу, которая изменяет критерии оценки существующей реальности с целью обеспечения приемлемости для субъектов имеющихся (полученных) результатов. Объективная необходимость использования данной логики органами ГМУ поясняется ограниченностью или неравномерностью распределения ресурсов, что делает практически недостижимым получение идеальных (идеализируемых) результатов, а соответственно искажает объективность оценки социальных результатов управленческой деятельности.

Путем корректирования средствами PR самого дискурса, становится возможным трансформировать картину мира. Следует отметить, что подобные изменения также должны носить незаметный для объекта манипуляции характер. Следовательно, новые ценности и нормы, создающие основу для семиотической интерпретации должны ассимилироваться в

контексте определенных социальных или психологических аффектов, максимально усложняя возможность саморефлексии происходящих изменений. Как правило, изменения подобного рода обеспечиваются комплексным воздействием СМИ с целью на определенное время сформировать схожесть индивидуальных картин мира относительно определенного социального явления (события) у представителей различных социальных групп (групп - обладающих отличиями в дискурсе). Однако, на этом этапе такой элемент PR как обратная связь, вступает преимущественно показателем эффективности информационного влияния.

PR, по мнению отдельных российских исследователей, относится к технологиям, которые, «вследствие своей особой гибкости, опосредованности, «приятности форм», тотальности и способности к «собственному поведению» или самоорганизации». могут проникать в повседневность «неопознанными» со стороны индивидов-«объектов» и «завораживать» даже своих создателей» [1, с. 28]. Следовательно, его применение в данном контексте является действенным инструментом социально-адаптационных изменений.

В качестве инструментов, формирующих непосредственное влияние выступает совокупность психологических механизмов, таких как стереотипизация, симулякризация, виртуализация. Указанные механизмы способны входить на когнитивный и ментальный уровень индивида, преодолевая барьеры в сознании людей. Как следствие формируется нужное субъекту PR отношение, при этом факт их воздействия останется незамеченным. Следует отметить, что все современные объекты PR используют одинаковые инструменты. Однако система ГМУ имеет в данном случае некоторые преимущества, поскольку через систему образования может влиять на резистентность отдельных из числа перечисленных форм влияния (хотя и в довольно ограниченных масштабах).

Технологические приемы, используемые в процессе указанного влияния, так же являются довольно типичными. Среди них можно выделить такие технологические приемы, как «фокусировка информативных блоков, кумулятивность действий, селекция фактов, их неверифицируемость, недостаточная легитимность информации» [6, с. 557], а также «неясности, создаваемые с помощью перифразирования и эвфемизации, «обтекаемость» оценки услуг, сопряжённая с немотивированным пафосом, уловки в доказательствах, стереотипизация образов, этнокультурных представлений и многое другое» [6, с. 557]. Следует отметить, что указанные приемы имеют знаковую, семиотическую природу, при этом акт означивания получает продолжение в акте конструирования реальности с помощью заданных на социокультурном уровне знаково-символических структур. Именно социокультурные отличия будут определять особенности семиотической интерпретации в процессе означивания. Следовательно, среди представителей отдельных социальных групп имеющих существенные культурные отличия, существенно будет отличаться и процесс формирования общественного мнения (оценки событий). При этом, рассматриваемый процесс информационного влияния должен быть достаточно технологичным, для того, чтобы использоваться органами ГМУ на постоянной основе. Соответственно культурные и прочие отличия, должны быть учтены в рамках технологического аспекта.

Украинский исследователь Г. Почепцов отмечает, что «коммуникацию можно рассматривать как интенсификацию имеющихся коммуникативных интенций, перевод их в более технологическую форму, под которой мы понимаем достижение прогнозируемого результата в отличие от случайного процесса» [7, с. 20]. В этом контексте технологичный процесс - процесс требующий наименьших затрат ресурсов, что в рамках функций государственного управления является принципиально значимым.

В данном контексте следует обратить внимание на мысль американского профессора Уильяма Гемсона, который считает, что разные социальные группы пытаются навязать обществу свою модель интерпретации того или иного события (цит по: [7, с. 242]. Развивая

указанную мысль можно констатировать, что деятельность органов ГМУ зависит от интерпретации представителями различных групп того или иного события, при том, что сами органы ГМУ как таковой социальной группой не являются. Однако, выступая в качестве представителя интересов большинства, они институционализируются, и, следовательно, приобретают легитимное право, выступать в качестве представителя социальной группы (по У. Гемсону).

Следует отметить, что в современном информационном пространстве одним из основных ресурсов является время (а не материальные или экономические составляющие), соответственно наиболее продуктивным будет сообщение, требующее наименьших временных затрат. В данном случае речь идет не только о времени на получение (передачу) информации, но и времени на его семиотическую интерпретацию объектами сообщения. Соответственно возрастает роль относительно коротких, лаконичных форм подачи информации основанных на элементах психологизма, которыми, в первую очередь обладают средства PR.

Заслуживают внимания современные попытки усложнить процесс семиотической интерпретации для стран, в которых ценностно-нормативная структура не соответствует критериям легкости принятия информации, а степень фрагментированности значительно ниже. В частности переход на латиницу Сербии и прочее. Жизнь по разным знаковым системам не только усиливает внутренние различия, уменьшает возможность совместных социальных интеракций (если угодно уменьшает возможность стихийных социальных протестов), но и создает предпосылки для «шизоидации» (фрагментации личности) участников социальных коммуникаций, как в рамках определенного канала, так и в рамках целого социального института.

При этом, термин «шизоидация», употребляется нами с целью обозначить обратную сторону возможного манипулятивного влияния на индивида, в силу чего у последнего формируется несоответствие ценностно-нормативной матрицы определенному социальному контексту ([8] личность, выпавшая из социального контекста (в частности путем изменения дискурса), оказывается в определенной социальной эксклюзии. На этом этапе использование средств PR в системе ГМУ может обеспечить не только манипулятивное, но и интегративное влияние, влияя на систему идентификации «свой-чужой» (тем самым уменьшая социальную дистанцию).

При этом если в 1960-х годах велась дискуссия об интертекстуальности то в современном манипулятивном процессе, более оправданно, говорить о интердискурсности, поскольку именно дискурс создает семиотическое пространство и делает возможным современную семиотическую интерпретацию. Следовательно, к существующим в классической литературе элементам PR-влияния, необходимо добавить влияние на общественный семиозис. В данном случае, именно образовательный процесс выступает в качестве средства определяющего дискурс и обуславливает семиотические особенности отдельных социальных страт (сегментов). В таком случае, вопрос манипуляции общественным сознанием интерпретируется в вопрос специфики общественной интерпретации.

Результатом действия собственно манипулятивных технологий PR, является создание виртуальной реальности с помощью различных симулякров, типа: «общественное согласие», «общественное благо», «социальная ответственность» и др., которые активно реализуются с применением технологий PR. Следует отметить, что указанные симулякры должны постоянно поддерживаться и закрепляться средствами PR. В рамках переноса акцентов на вопросы смысловой интерпретации (семиозиса) указанные категории симулякров сохраняются, однако, их стойкость значительно возрастает. Иными словами речь идет не о формировании

смысла конкретного явления, а о формировании (коррекции) смысловой матрицы, при помощи которой осуществляется семиозис. Органы, в первую очередь муниципальной власти, должны наиболее четко понимать специфику семантической интерпретации тех социальных групп, с которыми им приходится взаимодействовать в рамках управляющего воздействия. Именно понимая (изменяя) специфику их восприятия можно формировать более стойкие PR-связи.

Схожую логику, (применительно к вопросу имиджа) высказывает Г. Почепцов считая, что «Имидж интересен еще и тем, что он представляет собой коммуникацию с контролируемой реакцией населения». По его мнению, порождая сообщения, при которых достоверно известна, реакция населения удастся резко снизить элемент случайности. По мнению того же автора «... контроль таких сообщений (авт. со стороны реципиентов) на степень их достоверности менее возможен. Аудитория воспринимает их такими, какими они были задуманы. Весь процесс коммуникации с массовым сознанием становится более технологическим: на поток поставлены сообщения, которые будут обходить защиту аудитории [7, с. 122]. Указанное, по нашему мнению в полной мере оправдывает себя в процессе выстраивания информационного взаимодействия между населением и органами ГМУ, чего пока в отечественной практике не происходит.

Выводы. Полностью соглашаясь с тезисами С. Кара-Мурзы о том, что манипуляция - «это не насилие, а соблазн» [5, с. 22], и в случае, когда индивид сопротивляется ее влиянию и защищает «свою духовную программу», он ее жертвой не становится [5, с. 22]. Мы считаем, что путем определенных социально-технологических приемов становится возможным как увеличить (повысить эффективность), так и уменьшить (если не нейтрализовать) манипулятивное влияние средств PR на общественность в процессе осуществления функций ГМУ.

Вследствие этого, знание механизмов манипуляций представлений о социальной реальности приобретает значение жизненно необходимого знания для современных органов ГМУ. Это знание можно рассматривать как средство сохранения в сознании населения признаков общества ориентированного на соблюдение базовых интересов членов общества.

Манипулятивные приемы, применяемые в практике PR, имеют знаковую, семиотическую природу, которая в процессе интерпретации практически полностью подменяет в современном обществе социальную реальность, переводя процесс ее конструирования в виртуальную форму. Однако органы ГМУ, осуществляя конкретные управленческие цели постоянно сталкиваются с тем, что любой информационный симулякр в их деятельности практически постоянно может быть проверен реальностью, вследствие чего он разрушится. Следовательно, разрушится вся система PR-влияния. Следовательно, в рамках управленческого процесса необходимо использовать несколько иные технологии, среди которых мы выделяем: конструирование семиозиса и применение коммуникаций с контролируемой реакцией реципиента информационного воздействия.

По нашему мнению, проведенное теоретическое описание трансформации механизмов PR в современном процессе социального влияния в рамках осуществления функций органами ГМУ, требует системного продолжения. Основными направлениями такого продолжения нам видится разработка непосредственного инструментария технологий влияния (противодействия влиянию) путем внесения изменений в существующие семиотические матрицы отдельных социальных страт (групп, кластеров), а также создание в рамках органов ГМУ системы постоянного мониторинга не только общественного мнения как такового, но и эффективных способов его изменения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кужелева-Саган И.П. Онто-гносеологические и философско-методологические основания научного знания о связях с общественностью. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук. Томск, 2008. 46 с.
2. Ротовский А.А. Системный PR. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.
3. Мантуло Н.Б. Манипулятивная специфика PR в процессе конструирования социальной реальности / Н.Б. Мантуло / Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №12 (20), 2012 www.sisp.nkras.ru.
4. Шеремет А.А. Технологии связей с общественностью как способ организации современной социальной реальности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Омск, 2010. 154 с.
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во «Эксмо», 2006. 864 с.
6. Синельникова Л.Н. Пиар-коммуникация в системе новых научных парадигм // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И.Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т.23 (62). 2010. №4. С. 554-561.
7. Почепцов, Георгий Георгиевич. Теория коммуникации / Георгий Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001. - 651 с.: табл.; 21 см. - (Образовательная библиотека).
8. Делез, Жиль. Капитализм и шизофрения. Анти-Эдип: Специализир. информ. по общеакад. прогр. "Человек, наука, о-во: комплекс. исслед.": [Сокр. перевод-реферат] / Делез Ж., Гватари Ф.; [Введ. М.К. Рыклина]; АН СССР, ИНИОН, Всесоюз. межвед. центр наук о человеке (при президиуме АН СССР). - М.: ИНИОН, 1990. - 107 с.

Jadranski Dmitri Nikolaevich

Ural state university of economics, Russia, Yekaterinburg
E-mail: jadransky@yandex.ru

Chumak Elena Vasil'evna

Ural state university of economics, Russia, Yekaterinburg
E-mail: lena22021977@yandex.ru

Public Relations in public administration: sociological aspect

Abstract. The article discusses the new challenges of Public Relations in the implementation of effective realization of tasks of state management in the system of the public administration. Offers a classic PR altruistic direction used by the authorities public administration is now to be replaced by more adequate for companies continuous postmodernization. As such technologies proposed technology to change the semiotic perception and the technology to stream information from a controlled reaction of the recipients.

Keywords: impact; technology; public administration; PR; social changes; semiosis; perception

REFERENCES

1. Kuzheleva-Sagan I.P. Onto-gnoseologicheskie i filosofsko-metodologicheskie osnovaniya nauchnogo znaniya o svyazyakh s obshchestvennost'yu. Avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoy stepeni doktora filosofskikh nauk. Tomsk, 2008. 46 с.
2. Rotovskiy A.A. Sistemnyy PR. Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks, 2006. 256 s.
3. Mantulo N.B. Manipulyativnaya spetsifika PR v protsesse konstruirovaniya sotsial'noy real'nosti / N.B. Mantulo / Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal), №12 (20), 2012 www.sisp.nkras.ru.
4. Sheremet A.A. Tekhnologii svyazey s obshchestvennost'yu kak sposob organizatsii sovremennoy sotsial'noy real'nosti. Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kandidata filosofskikh nauk. Omsk, 2010. 154 s.
5. Kara-Murza S.G. Manipulyatsiya soznaniem. M.: Izd-vo «Eksmo», 2006. 864 s.
6. Sinel'nikova L.N. Piar-kommunikatsiya v sisteme novykh nauchnykh paradigm // Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V.I.Vernadskogo. Seriya «Filologiya. Sotsial'nye kommunikatsii». T.23 (62). 2010. №4. S. 554-561.
7. Pocheptsov, Georgiy Georgievich. Teoriya kommunikatsii / Georgiy Pocheptsov. - M.: Refl-buk: Vakler, 2001. - 651 s.: tabl.; 21 sm. - (Obrazovatel'naya biblioteka).
8. Delez, Zhil'. Kapitalizm i shizofreniya. Anti-Edip: Spetsializir. inform. po obshcheakad. progr. "Chelovek, nauka, o-vo: kompleks. issled.": [Sokr. perevod-referat] / Delez Zh., Gvatari F.; [Vved. M.K. Ryklina]; AN SSSR, INION, Vsesoyuz. mezhved. tsentr nauk o cheloveke (pri prezidume AN SSSR). - M.: INION, 1990. - 107 s.