

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СУГГЕСТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Степнов Андрей Павлович, кандидат психологических наук, старший государственный инспектор Управления контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций; la.stepnova@migsu.ru

Степнова Людмила Анатольевна, доктор психологических наук, профессор кафедры акмеологии и психологии профессиональной деятельности РАНХиГС при Президенте РФ; la.stepnova@migsu.ru

АННОТАЦИЯ

Манипулятивные возможности средств массовой информации. Формы суггестивного воздействия, осуществляемые средствами массовой информации. Авторская методика оценки суггестивности информационных материалов с целью выявления их суггестивной направленности и нацеленности на формирование смыслов, пропагандирующих экстремизм, нетрадиционные сексуальные отношения среди несовершеннолетних, наркотиков, суицид, порнографию.

Ключевые слова: манипулятивные возможности средств массовой информации, суггестивное информационное воздействие, речевое воздействие, суггестивные техники воздействия, установка, изменённые состояния сознания, трансовые состояния.

В редакции Федерального закона от 29.06.2013 № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельных законодательных актов Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей» дано определение содержания пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, наркотиков, суицида, порнографии. В Федеральном законе № 114-ФЗ от 25 июля 2002г. «О противодействии экстремистской деятельности» дано определение содержания пропаганды экстремизма.

Исходя из требований данных федеральных законов, экспертиза информационных материалов должна состоять в том, чтобы оценить наличие в них смыслов, отражающих следующее информационное содержание: пропаганда экстремизма, нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, наркотиков, суицида, порнографии, и способность этих информационных материалов оказывать психологическое воздействие на население, в том числе причинять вред психическому здоровью детей.

Проведённый нами анализ показал, что для решения этой задачи недостаточно теоретических и методических средств, представленных в социологии, социальной психологии, лингвистике. Необходим интегративный акмеологический подход, позволяющий на основе целостного теоретического анализа разработать методику оценки суггестивности информационных материалов, включающую лингвистические, психосемантические, психологические методы анализа.

В ряде исследований массового сознания показано, что массовая культура формирует мозаичность сознания человека, связанную с отсутствием целостной ценностно-смысловой структуры личности. Прямое следствие этого — предрасположенность к различным формам суггестивного воздействия, осуществляемого средствами массовой информации. Суггестивное воздействие становится существенным фактором развития социокультурной среды, формируя мифологические формы социального мышления

(Л.А. Степнова), включающие производство и распространение идей, символов и т.д. При этом мифологичность мышления современного человека — нормальное явление, в известном смысле, дополнительное к мышлению рациональному. Современная мифология возникает в условиях неопределённости и нестабильности социальной среды, неясности целей развития, деформированной информированности населения, когда налицо стремление к синтезу мировоззрений, а средств к такому синтезу нет [16, 17].

В исследованиях специалистов по СМИ отмечается, что манипулятивные возможности средств массовой информации в XXI веке поистине огромны [5, 8, 10, 11, 19]. При помощи многочисленных приёмов и «уловок» телевидение, например, не просто участвует в констатации и освещении событий, а создаёт собственное визуально-смысловое виртуальное пространство, которое выдаёт за реальную модель политического мира и мира вообще.

С точки зрения акмеологического похода, чтобы общество эффективно развивалось, необходимо воздействовать на публику в нужном здоровому обществу направлении, то есть правильно интерпретировать установки людей, создавать атмосферу, наиболее благоприятную для успеха общего дела. СМИ обладают возможностью в известной мере нейтрализовать негативные эмоции, локализовать социальное безумие. Они во многом могут способствовать разрешению общественных противоречий и конфликтов [1, 12].

Методология исследования суггестивных информационных воздействий, осуществляемых через средства массовой информации, основывается на концепциях отечественных и зарубежных учёных, в которых определены общетеоретические подходы к изучению развития культуры как самоорганизующей структуры (М.С. Каган, В.И. Кондаков, В.Л. Кургузов, Э.В. Соколов и др.), а также на взглядах философов, социологов, семиотиков, культурологов, искусствоведов, рассматривающих средства массовой информации как явление современной культуры (П. Бурдые, В.В. Егоров, Б.С. Ерасов; М. Маклюэн, В.И. Михалкович, Л.В. Петров, Б.М. Сапунов, Н.И. Утилова и др.) или как семиотическую систему (Дж. Фишке, С. Холл, У. Эко, Ю. Лотман и др.).

Можно выделить три группы исследований суггестивных информационных воздействий: искусствоведческие (А.А. Кашук), психологические (Шерковин Ю., Почепцов Г.Г., Тёртычный А.А.), лингвистические (Базылев В.Н., И.Ю. Черепанова). Например, суггестивные свойства телевидения рассматриваются в сложном и многоуровневом социально-культурном контексте, в сопряжении с политикой и экономикой, с общественной психологией и идеологией, с духовной культурой [5]. Восприятие смысловых свойств реальности на ТВ имеет тенденцию к уходу из-под сознательного контроля человека и общества, подталкивая подсознание телезрителя к мифологической стереотипизации.

В современной лингвистике, помимо познавательной и коммуникативной функций языка, выделяется суггестивная функция, которая образует скрытый, замаскированный под явным информационным содержанием пласт лингвистических данностей, который подобно невидимой части айсберга составляет едва ли не подавляющую часть функциональной аспектности языка. Суггестивное употребление языка понимается как воздействие на психику и сознание реципиента с целью изменения его в желаемом для автора текста направлении. Это воздействие осуществляется языком при изменённых состояниях сознания и нейролингвистическом программировании [2].

В современной лингвистике также разрабатывается раздел лингвистики изменённых состояний сознания (ИСС), что подразумевает перенесение в центр исследования закономерностей лингвистического обеспечения изменённых функциональных состояний с опорой на концептуальные схемы, созданные в рамках современной теории функциональных состояний человека [15].

В психологии последних десятилетий активно обсуждается вопрос о множественности состояний нормального сознания. Это выражается в наличии целого спектра качественно различающихся между собой одноуровневых состояний, возникающих в порядке адаптации к внешним нагрузкам. В принципе это нормальные состояния, адекватно отражающие реальную динамику психической жизни современного человека, который

проводит большую часть жизни в стрессогенном «третьем состоянии», а скорее всего — в совокупности таковых, промежуточных между нормой и патологией [13].

Перспектива разработки этих направлений современной лингвистики связана с анализом составления и восприятия текстов, предполагающих воздействие на глубинные уровни сознания слушателя или читателя.

Мы проанализировали опыт разработки методов оценки степени суггестивности пропагандистских информационных материалов, размещённых в СМИ.

Комплексная методика исследования речевого воздействия произведения письменной речи (Е.В. Шелестюк) разработана на основе комплексной методологии выявления персуазивно¹-суггестивного потенциала текста [18].

Речевое воздействие определяется автором как воздействие субъекта на реципиента в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которое осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств и отличается особыми предметными целями говорящего, предполагающими изменение отношения реципиента к тому или иному объекту, влияние на его поведение, психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку его сознания. Достижение этих целей предполагает решение таких задач, как преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когнитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение).

Первый этап методики предполагает выявление соотношения различных способов речевого воздействия в тексте — убеждения, внушения и побуждения. Второй этап связан с выявлением персуазивного потенциала текста. Прежде всего, на этом этапе устанавливаются основные макроструктуры, используемые для моделирования сообщаемой информации. Это осуществляется методом выявления фреймов (ключевых концептов, тем) и топосов (идей) текста. Третий этап предполагает исследование суггестивного потенциала текста, прежде всего, суггестивности собственно текстовых категорий и стилистико-композиционных характеристик текста, способных обеспечить успешность речевого воздействия автора на читателя.

Автор выделяет текстовые категории, обеспечивающие суггестивное воздействие:

— имплицитность (подтекст или скрытый смысл текста), которая описывается логической формулой «если..., то...»;

— модальность и персональность (отражают отношение автора к сообщаемой информации и его коммуникативную роль по отношению к виртуальному читателю);

— стилистико-композиционный аспект текста (каждый стиль соотносится с тем или иным эмотивным кодом, обеспечивающим смысловую приемлемость информации для получателя информации как объекта речевого воздействия);

— коммуникативную стратегию суггестора, которая может осуществляться при уменьшении энтропии (если объекту речевого воздействия должно быть внушено конкретное содержание) или при возрастании энтропии (если преследуется цель разрушить установки реципиента);

— селекцию целевой аудитории (выбор лингвистических средств сокращает либо увеличивает психологическую дистанцию между говорящими, а также оказывает разный речевоздейственный эффект);

— индивидуальный стиль (идиостиль), который индуцирует ассоциации, связанные с восприятием того или иного отправителя сообщения (например, писателя).

В методике Е.В. Шелестюк выделены также «микролингвистические» средства речевого воздействия, которые в свою очередь описывались в источниках по психолингвистике, прагмалингвистике и теории текста, в частности, в работах А.П. Журавлёва, С.В. Воронина, Й. Мистрика, Р.Г. Мшвидобадзе, Дж. Гриндера, Р. Бендлера, А.Н. Бара-

¹ Персуазивный (англ. persuasive) — связанный с убеждением, с логическим доказательством.

нова, И.Ю. Черепановой, М.Р. Желтухиной, П.Б. Паршина. В тексте они играют роль суггестивных «якорей», управляющих произвольным вниманием и запоминанием, а впоследствии функционируют в качестве «триггеров», вызывающих соответствующую эмоцию, оценку или предметно-логическую ассоциацию, связанную с концептами.

Суггестивность формальной оболочки текста включает в себя фоносемантику (смыслы, ассоциирующиеся со звуковой оболочкой текста), фоностилистические характеристики (аллитерацию и ассонанс, ономатопею, ритм, рифмы, акцентно-просодическую конфигурацию), метаграфимику и креолизацию [18].

В исследовании М.Л. Подкатиловой проведена видовая классификация рода судебной лингвистической экспертизы в классе речеведческих экспертиз [9]. С учётом специфики объектов, задач и комплексов специальных знаний автор предлагает выделить в роде судебной лингвистической экспертизы следующие виды: нейминговая экспертиза; лингвистическая экспертиза нормативных правовых актов и документов; лингвистическая экспертиза текстов массовой информации и агитационных материалов, писем и обращений; лингвистическая экспертиза произведений науки, литературы и искусства; лингвистическая экспертиза звучащей речи; лингвистическая экспертиза рекламных текстов; лингвистическая экспертиза словесных и комбинированных товарных знаков и знаков обслуживания; лингвистическая экспертиза экстремистских материалов.

В работе представлена классификация типичных задач судебной лингвистической экспертизы экстремистских материалов, на основании которой был составлен примерный перечень типовых вопросов, ставящихся на разрешение эксперта-лингвиста по делам о словесном экстремизме:

— выявление высказываний, содержащих негативные оценки какой-либо социальной группы;

— установление высказываний враждебного, агрессивного либо уничижительного характера по отношению к лицам какой-либо социальной группы;

— выявление высказываний, содержащих резкую негативную оценку или выражающих неприязненное, враждебное отношение к какой-либо социальной группе и т.д.

Кроме того, М.Л. Подкатилова предлагает классифицировать экстремистские материалы по форме изложения информации на следующие группы: тексты, звуковые сообщения, статические изображения, видеофильмы, комбинированные объекты.

Мы убедились, что методики экспертизы информационных материалов развиваются преимущественно в русле лингвистической экспертизы. Анализ этих методик свидетельствует о сложности их применения в практической деятельности психолога-эксперта. Необходимо, на наш взгляд, разработка собственно психологических методов экспертизы информационных материалов с опорой на существующие в современной психологической литературе суггестивные техники воздействия, прежде всего, эриксоновского гипноза.

Разработанная нами «Методика оценки степени суггестивности информационных материалов» представляет собой комплексную психолого-лингвистическую методику психосемантического и лингвистического анализа информационной продукции (печатной, телевизионной и др.) с целью выявления её суггестивной направленности и нацеленности на формирование определённых смыслов.

При разработке методики мы использовали следующий понятийный аппарат.

Установка — неосознаваемая готовность психики к какому-либо решению или действию как внутренне воспринятое дополнительное личностное значение. Установка предполагает три вида манипуляций: её можно закрепить, создать и изменить. В случае суггестии речь идёт, в первую очередь, об изменении установок общества или личности, так как суггестия добывается от индивида действия, которого не требует от него совокупность его интерорецепторов, экстерорецепторов и проприорецепторов [2].

Изменённые состояния сознания (ИСС) — качественные изменения в субъективных переживаниях или психологическом функционировании от определённых генерализованных для данного субъекта норм, рефлекслируемые самим человеком или отмечаемые

наблюдателями (А. Людвиг) [7]. Кратковременные переживания ИСС — характерное свойство сознания и психики здоровых людей. ИСС обуславливают снижение порога внушаемости, невозможность критической оценки речевых сообщений и инструкций, воспринимаемых субъектом; тенденцию исказить или неверно интерпретировать различные стимулы на основе личностных установок и страхов.

Трансовое состояние — ряд изменённых состояний сознания (ИСС), а также функциональное состояние психики, связывающее и опосредующее сознательное и бессознательное психическое функционирование человека, в котором, согласно некоторым когнитивистки-ориентированным трактовкам, изменяется степень сознательного участия человека в обработке информации (К. Хоффман) [20]. Транс отличается от обычного состояния сознания внутренним фокусом внимания, направленностью сознания на образы, воспоминания, ощущения, грёзы, фантазии и т. д.

Состояния транса повышают доступ к неосознаваемой информации, прерывают старые и формируют новые условные связи, интенсифицируют интуитивные (ранее неосознаваемые) формы познания мира и переработки информации.

Суггестивное воздействие, направленное на изменения состояния сознания реципиента (от обычного до изменённого). Этот вид воздействия реализуется главным образом формальными характеристиками текста (звуковыми, синтаксическими, просодическими) [2].

Суггестивное воздействие, направленное на создание в психике реципиента определённой установки или формирование определённой информационной картины. Реализуется с помощью словесного описания, использующего лингвистические средства, которые несут смысловую нагрузку (слова, предложения, тексты) [2].

Пресуппозиции представляют собой скрытый, неявный пласт информации и в обычном случае (если высказывание естественно вписывается в информационно-культурный контекст говорящего и слушающего) остаются вне поля внимания участников коммуникации [2]. Они могут даже совершенно не осознаваться автором высказывания и не входить в его коммуникативную интенцию. В повседневной жизни и в процессе естественного формирования социума огромное количество необоснованной информации, лежащей в основе разного рода иллюзий и предрассудков, внедряется в подсознание людей именно посредством пресуппозиций. К пресуппозициям относятся следующие речевые конструкции:

а) использование союзов с темпоральной семантикой: *до того как, в течение, по мере того как, а затем, прежде чем, когда, в то время как* и т. п.;

б) применение порядковых числительных;

в) использование союза *или*, с помощью которого пациенту внушается, что будет иметь место хотя бы одна из предложенных альтернатив;

г) употребление глаголов *знать, понимать, осознавать*, имплицитное факт наличия планируемого суггестором состояния;

д) использование специальных вводных (модальных) конструкций или предикатов второй ступени (наречий и т. п.), предполагающих реальность основного содержания (диктума) высказывания;

ж) употребление фазисных глаголов и наречий (фиксирующих этапы процесса) — *начинать, завершать, продолжать* и т. п.

Суггестивные техники, связанные с перегрузкой сознания реципиента, базируются на факте естественной ограниченности объёма внимания и оперативной памяти человека, которые, согласно известному открытию Дж. Миллера, способны удерживать только $7 + 2$ единицы информации [2]. Когда количество информации превышает указанный предел, сознание «даёт сбой», в той или иной мере «отключается», что открывает возможность прямого воздействия на подсознание реципиента. Например, в целях перегрузки оперативной памяти внимание реципиента может вовлекаться в запутанный лабиринт пространственных отношений, предполагающий активизацию и переутомление правополушарных отделов мозга.

ОПИСАНИЕ МЕТОДИКИ

В основе методики лежит психолингвистический анализ информационной продукции для выявления в ней фактов использования двух видов суггестивных техник:

— с помощью которых осуществляется суггестивное воздействие, направленное на изменение состояния сознания реципиента (от обычного до изменённого);

— с помощью которых осуществляется суггестивное воздействие, направленное на создание в психике реципиента определённой установки или формирование определённой информационной картины — смыслов, запрещаемых статьёй 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, наркотиков, суицида, порнографии), запрещаемых Федеральным законом № 114-ФЗ от 25 июля 2002г. «О противодействии экстремистской деятельности».

Наличие факта формирования смыслов, запрещаемых данными федеральными законами, поддаётся достаточно точному определению с помощью выявления, подсчёта тех или иных видов речевых актов в виде суггестивных техник в тексте.

Первый этап анализа текста состоит в том, чтобы выявить суггестивные техники первой группы, нацеленные на формирование изменённого (трансового) состояния сознания и использующие формальные характеристики текста (звуковые, синтаксические, просодические). Этот этап включает: вычисление процентного содержания звуков, имеющих негативную эмоциональную окраску для читателя (шипящих): вычисление процентного содержания речевых конструктов, обозначающих определённые эмоциональные состояния (например, негативных — чувство вины, разочарование, страх, депрессия и т.п., позитивных — любовь, семья, дружба, счастье, отцовство, материнство и т.д.

Вывод о наличии факта суггестивного воздействия посредством использования суггестивных техник первой группы делается при наличии в тексте данных определённого объёма.

Второй этап анализа текста состоит в выявлении суггестивных техник второй группы, нацеленных на формирование в психике реципиента определённой установки или формирование определённой информационной картины, связанной с формированием смыслов, запрещаемых статьёй 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, наркотиков, суицида, порнографии) и Федеральным законом № 114-ФЗ от 25 июля 2002 г. «О противодействии экстремистской деятельности» (пропаганда экстремизма).

На этом этапе вычисляется процентное содержание наличия суггестивных техник [14]: прямые внушения; косвенные внушения; негативные внушения; содержательные внушения; трюизмы; процессуальные внушения; «посев» идей; «тройная спираль»; рефрейминг; подмена понятий (придание понятию другого смысла); метафора; пресуппозиция; использование манипулятивных оборотов речи, основанных на преднамеренном нарушении законов и принципов формальной логики, на употреблении ложных доводов и аргументов, выдаваемых за правильные; фразы-анalogии с ложной посылкой.

Вывод о наличии факта суггестивного воздействия посредством использования суггестивных техник второй группы делается при наличии в тексте данных в определённом объёме.

Третий этап применения методики включает подготовку экспертного заключения, в котором даются обоснованные выводы о наличии в информационной продукции достаточного количества суггестивных техник, оказывающих психологического воздействие на психику с целью изменения состояния сознания до изменённого, трансового и формирования на этой основе смыслового принятия идей экстремизма, нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, наркотиков, суицида, порнографии.

Методика оценки степени суггестивности информационных материалов прошла апробацию в ходе проведения авторами ряда экспертиз информационных материалов.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. *Бабакова И.В.* Особенности профессиональной деятельности и компетентности специалистов информационно-аналитических структур // *Акмеология*. 2010. № 1(33). С. 44–48.
- [2]. *Базылев В.Н.* Российская лингвистика XXI века: традиции и новации. — М.: Изд-во СГУ, 2009.
- [3]. *Гинзбург М.Р., Яковлева М.Е.* Эриксоновский гипноз: систематический курс. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2008.
- [4]. *Горин С.* А вы пробовали гипноз? (Практическое руководство по применению гипнотических психотехник в бизнесе и медицине, рекламе и пропаганде, торговле и повседневной жизни). 2-е изд. — Канск: Фонд ментального здоровья, 1994.
- [5]. *Кацук А.А.* Суггестивные свойства телевидения: социкультурный аспект. Дисс. ... канд. искусствоведения. — М., 2007.
- [6]. *Котлячков А., Горин С.*, Оружие — слово. Оборона и нападение с помощью... — М.: КСП+, 2001.
- [7]. *Людвиг А.* Изменённые состояния сознания / под ред. Ч. Тарта. — М., 2003.
- [8]. *Мельник Г.С.* Mass Media: Психологические процессы и эффекты. — СПб, 1996.
- [9]. *Подкатилина М.Л.* Судебная лингвистическая экспертиза экстремистских материалов / под ред. докт. юрид. наук, докт. филол. наук, Е.И. Галяшиной. — М.: Юрлитинформ, 2013.
- [10]. *Почепцов Г.* Информация и Дезинформация. — Киев, 2001.
- [11]. Проблемы медиапсихологии / Сост. канд. психол. наук Пронина Е.Е. — М., 2002.
- [12]. *Рассадина А.А.* Акмеологические особенности влияния СМИ на эстетические предпочтения молодёжи // *Акмеология*. 2010. № 4 (36). С. 88–92.
- [13]. *Ревонсуо А.* Психология сознания / Пер. с англ. — СПб, Питер, 2013.
- [14]. *Спарт М.* Начальные навыки эриксоновского гипноза. — СПб, 1992.
- [15]. *Стивак Д.Л.* Изменённые состояния сознания: психология и лингвистика. — СПб: «Издательский дом Ювента», Филологический факультет СПбГУ, 2000.
- [16]. *Степнова Л.А.* Социальная мифология и проблемы современного социального мышления. — М.: Советский спорт, 1999. — 160 с.
- [17]. *Степнов А.П.* Акмеологический подход к исследованию ценностно-смыслового конфликта государственных служащих // *Акмеология*. 2012. № 1 (41). С. 129–133.
- [18]. *Шелестюк Е.В.* Комплексная методика исследования речевого воздействия произведения письменной речи // *Вестник Челябинского государственного университета (Серия «Филология. Искусствоведение»)*. Вып. 22. 2008. № 20 (121). С. 166–176.
- [19]. *Черепанова И.Ю.* Начала суггестивной лингвистики. Ч. 1, 2. — Пермь: Изд-во Пермского университета, 1995.
- [20]. *Hoffman, Kay* (1998). *The Trance Workbook: understanding & using the power of altered states*. Translated by Elfie Homann, Clive Williams and Dr Christliebe El Mogharbel. Translation edited by Laurel Ornitz. P. 9.

METHODS OF EVALUATING THE MANIPULATIVE OF INFORMATION MATERIALS

Andrey P. Stepnov, PhD, Chief State Inspector, The Office of Supervision and Control in the Field of Mass Communications of the Federal Service for Supervision in the Sphere of Communications, Information Technology and Mass Communications

Ludmila A. Stepnova, ScD, Professor, Department of Acmeology and Professional Psychology of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

ABSTRACT

The article deals with the manipulative media. A method of estimation of the manipulative Kit with a view to identifying their focus on shaping meanings, advocating extremism, unconventional sexual relationships among adolescents, drugs, suicide and pornography.

Key words: manipulative media, manipulating information to influence, vocal effect, manipulative effect, installation techniques, altered States of consciousness, trance state.

REFERENCES

- [1]. Babakova I.V. Osobennosti professional'noj dejatel'nosti i kompetentnosti specialistov informacionno-analiticheskikh struktur // Akmeologija. 2010. № 1 (33). S. 44–48.
- [2]. Bazylev V.N. Rossijskaja lingvistika XXI veka: tradicii i novacii. — M.: Izd-vo SGU, 2009.
- [3]. Ginzburg M. R., Jakovleva M. E. Jeriksonovskij gipnoz: sistematičeskij kurs. — M.: Moskovskij psihologo-social'nyj institut, 2008.
- [4]. Gorin S. A vy probovali gipnoz? (Praktičeskoe rukovodstvo po primeneniju gipnotičeskikh psihotehnik v biznese i medicine, reklame i propagande, trgovle i povsednevnoj zhizni). Izd. 2-e. — Kansk: Fond mental'nogo zdorov'ja, 1994.
- [5]. Kashhuk A.A. Suggestivnye svojstva televidenija: socikul'turnyj aspekt. Diss. ... kand. Iskusstvovedenija. — M., 2007.
- [6]. Kotljachkov A., Gorin S. Oruzhie — slovo. Oborona i napadenie s pomoshh'ju.... — M.: KSP+, 2001.
- [7]. Ljudvig A. Izmenjonnye sostojanija soznanija // Izmenjonnye sostojanija soznanija / pod red. Ch. Tarta. — M., 2003.
- [8]. Mel'nik G.S. Mass Media: Psihologičeskije processy i jeffekty. — SPb, 1996.
- [9]. Podkatilina M.L. Sudebnaja lingvističeskaja jekspertiza jekstremističeskikh materialov / pod red. dokt. jurid. nauk, dokt. filol. nauk, E.I. Galjashin. — M.: Jurli-tinform, 2013.
- [10]. Počepcov G. Informacija i Dezinformacija. — Kiev, 2001.
- [11]. Problemy mediapsihologii. Sostavitel' kand. psihol. nauk Pronina E.E. — M., 2002.
- [12]. Rassadina A.A. Akmeologičeskije osobennosti vlijanija SMI na jestetičeskije predpochtenija molodezhi // Akmeologija. 2010. № 4 (36). S. 88–92.
- [13]. Revonsuo A. Psihologija soznanija / Per. s angl. — SPb, Piter, 2013.
- [14]. Spart M. Nachal'nye navyki jeriksonianskogo gipnoza. — SPb, 1992.
- [15]. Spivak D.L. Izmenennye sostojanija soznanija: psihologija i lingvistika. — SPb: Izdatel'skij dom "Juventa", Filologičeskij fakul'tet SPGU, 2000.
- [16]. Stepanova L.A. Social'naja mifologija i problemy sovremennogo social'nogo myshlenija — M.: Sovetskij sport, 1999. — 160 s.
- [17]. Stepanov A.P. Akmeologičeskij podhod k issledovaniju cennostno-smyslovogo konflikta gosudarstvennyh sluzhashhij // Akmeologija. 2012. № 1 (41). S. 129–133.
- [18]. Shelestjuk E. V. Kompleksnaja metodika issledovanija rečevogo vozdejstvija pro-izvedenija pis'mennoj reči // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta (Serija «Filologija. Iskusstvovedenie»). Vyp. 22. 2008. № 20 (121). S. 166–176.
- [19]. Cherepanova I.Ju. Nachala suggestivnoj lingvistiki. Ch. 1, 2. — Perm': Izdatel'stvo Permskogo universiteta, 1995.
- [20]. Hoffman, Kay (1998). The Trance Workbook: understanding & using the power of altered states. Translated by Elfie Homann, Clive Williams and Dr Christliebe El Moghar-bel. Translation edited by Laurel Ornitz. — P. 9.