**Запрос № 224 Слухи как элемент разрушения имиджа**

**Ответ № 226 Мы рекомендуем изучить Вам следующие источники:**

1. Важенина, И. Имидж и репутация организаций: экономическое содержание, формирование и оценка //Маркетинг в России и за рубежом. - 2010.- №2. - С.136-142.

2 Горбатов, Д. Достоверность слухов как предмет психологического исследования // Вопросы психологии .- 2012. - №3. - С. 51-59.

3.Горбатов, Д. Ключевые основания типологии слухов // Вопросы психологии. - 2010. - №2. - С. 101-110.

4.Горбатов, Д. Микрогрупповой анализ факторов распространения слухов // Психологический журнал. - 2010. - №5. - С.30-39.

5.Горбатов, Д. Психологическая закономерность изменения содержания слухов // Вопросы психологии.- 2008.- №2.- С.94-104.

6.Горбатов, Д. Феномен трансформации слухов в микрогруппах //Вопросы психологии. - 2011. - №5. - С.54-64.

7.Горбушина, О. Междисциплинарный анализ понятия «имидж»: традиции изучения имиджа в отечественной и зарубежной научных школах //Журнал прикладной психологии. - 2005. - №5. - С. 2-7.

8. Дмитриев, А. В. Слухи как объект социологического исследования //Социс. - 1995. - №1. - С. 5-12.

9.Дубин, Б. Слухи как социально-психологический феномен //Вопросы психологи. - 1993. - №3. - С.77-80.

10.Дубин, Б. Феноменальный мир слухов // Социс. - 1995. - №1. - С. 17-20.

11. Имиджеология. Как нравиться людям. - М., 2002. – 576 с.

12. Караяни, А. Слухи как средство информационно-психологического противодействия // Психологический журнал. - 2003. - №6. - С.47-55.

13.Латынов, В. Слухи: социальные функции и условия появления //Социс. - 1995. - №5. - С.12-17.

14.Слухи как инструмент воздействия на человека // Управление персоналом. - 2007. - №4. – С. 56-60.

15. Шерковин, Ю. Слухи как социальное явление, как оружие психологической войны // Психологический журнал.- 1984.-№5