

ИРИНА ПУШКАРЕВА

Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского государственного университета

О ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕДИАДИСКУРСА¹

On linguoaxiological research of regional media discourse

Ключевые слова: медиадискурс, газетно-публицистический текст, аксиосфера, ценностная категория, концепт

KEYWORDS: media discourse, journalistic text, axiological sphere, value category, concept

ABSTRACT: The article examines linguo-axiological specificity of the regional media discourse through integration of functional stylistics, discourse analysis and axiological linguistics methods. The material for semantic and stylistic analysis includes over 2500 texts of the city newspaper “Kuznetsky rabochy” (Novokuznetsk, Russia) since 1980 to 2014. Appeal to media texts of this period is tied with important changes in spiritual life of Russian society. These changes were caused by perestroika, as well as by the transformation of modern personal value system. According to results of the research, it is possible to conclude that the value category of truth is the base of the axiological sphere supra-regional component in a local edition. On the contrary, the base of the axiological sphere regional component in local mass media performs commemorative and local historical function. This function determines semantic and stylistic features of the main hypertopic (topic of a region, city) and of local historical dominants in a regional edition.

1

Внимание современной лингвистики к аксиосфере (см.: Гайда 2016; Карасик 2009; Kiklewicz 2013) позволяет глубже осмыслить изменения в духовной жизни общества, характерные для рубежа XX и XXI в. и обусловленные в российском обществе как процессом перестройки, так и трансформациями ценностной системы современного человека, связанными с постиндустриальной стадией развития цивилизации.

Период перестройки рассматривается социологами как период кризиса в системе ценностных ориентаций. Для первых лет перестройки характерна ориентация на социалистическую гиперономию, которая постепенно сменяется

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФНФ научного проекта № 15-04-00216.

аксиологической плюрализацией. 1990-е г. XX в. и начало XXI в. также оцениваются как сложные периоды поиска обществом аксиологических координат (см.: Лапин 1994; 2010; Юркевич 2009; Яновский 1995). В современной России «процессы культурной динамики идут в направлении дифференциации и плюрализации нормативно-ценностных систем» (Мареева 2013, 120).

Важные тенденции ценностных исканий в информационном обществе отражает медиадискурс. Термин «медиадискурс» трактуется как «коммуникативная практика массово-информационного общества», выражающая «одну из важнейших потребностей социума – получение новой информации» (Карасик 2014, 218), и вводится в научный обиход современной стилистики в связи с применением дискурс-анализа к функционированию СМИ. Роль СМИ в конце XX – начале XXI в. осмысливается с точки зрения идеального и реального состояния речевой культуры масс-медиа. Исследователи подчёркивают роль СМИ в «формировании медиакартины мира в сознании массового адресата» (Анненкова 2011, 13). С точки зрения идеального состояния речевой культуры масс-медиа, публицистический стиль способствует консолидации общества (Карасик 2014, 218; Кузнецова 2012, 136; Купина, Матвеева 2013, 231–232). С другой стороны, основную идею своего исследования медиадискурса Д. Матисон формулирует как «обеспокоенность властью институтов медиа, которую они обрели посредством способов использования в них языка» (2013, 14). Такой подход продолжает традиции Т. ван Дейка, который анализирует особенности медиа-дискурса в связи с проблемой «дискурс и власть» (2014). Исследователями медиадискурса осознаётся проблема влияния СМИ на картину мира современника.

Новые возможности для изучения аксиологического профиля публицистического текста (см.: Абдикеримова 2016) даёт исследование регионального медиадискурса. Региональный медиадискурс представляет особую разновидность медиадискурса, семантико-стилистическая специфика которой обусловлена комплексом экстралингвистических факторов: исторических, географических, этнических, экономических, административно-территориальных. Лингвоаксиологическое своеобразие регионального медиадискурса основано на взаимодействии двух составляющих его аксиосферы – национальной и собственно региональной. Рассмотрим названные составляющие на материале публикаций городской газеты «Кузнецкий рабочий» (Новокузнецк, Россия) конца XX – начала XXI в., отражающих ценностные искания перестроечного и постперестроечного периодов.

2

Для анализа надрегиональной составляющей аксиосферы важен вопрос о ценностях, которые в первую очередь должны стать объектом исследования. С одной стороны, ответ на этот вопрос связан со сложившимся в гуманитарной мысли представлением о ядерных ценностях аксиосферы. С другой стороны, представляется необходимым учёт коммуникативной специфики медиадискурса.

Филологические исследования признают центральную роль в системе ценностей Красоты, Добра и Истины – «Триады великих ценностей» (Арутюнова 2004, 5). И. Куликовская определяет духовность как «интенцию (осознанное устремление) человека к ценностям Добра, Красоты, Истины» (2011, 314). Представляя аксиосферу «сквозь призму онтологического взгляда на действительность», С. Гайда характеризует триаду Добро – Правда – Красота как основу «идеальной системы ценностей» (2016, 153). Ключевое место Истины, Добра и Красоты в иерархии ценностей и истории гуманитарной мысли, стремящейся к обнаружению «осей» аксиологической системы координат, позволяют определить их как ценностные категории.

Слово *правда* в газетной публицистике обладает наибольшей частотностью (175,5) среди таких лексических репрезентантов великих ценностей культуры, как *красота* (94,7), *истина* (66,1), *добро* (59), *благо* (38) (Ляшевская /Шаров 2009). Ключевая роль концепта «*правда*» соответствует коммуникативному назначению газетной публицистики, цель которой – не только передать достоверную информацию, но и сформировать справедливую социальную оценку. Первое положение Декларации принципов поведения журналиста гласит: «Уважение правды и права общества знать правду – первоочередной долг журналиста» (Декларация 1986).

Имя концепта «*правда*» в медиадискурсе является индикатором ценностной ориентации общества. Методология дискурс-анализа М. Фуко, учитывающая связь речи, действительности и познания (2008), также позволяет утверждать, что изучение ценностных категорий Правда и Истина является обоснованным и необходимым для выявления специфики медиадискурса.

3

Традиционно концепт «*правда*» рассматривается в сопряжённости с другим ключевым концептом культуры – «*истина*». Представляется целесообразным сохранить традицию соотношения двух концептов (в работе – на уровне семантико-стилистических особенностей ценностных категорий

Правда и Истина) при исследовании динамических процессов, отражённых в региональном медиадискурсе конца XX – начала XXI в. Результаты семантико-стилистического анализа газетных текстов, соотнесённые с данными толковых словарей и опытом описания концептов «правда» и «истина» (Арутюнова 1999, 543–640; Булыгина/Шмелев 1997; Вежбицка 2011; Степанов 2004, 455–471; Шмелев 1995 и др.), позволили выделить шесть базовых семантических составляющих рассматриваемых ценностных категорий: категория Правда связана с семантикой «правда факта», «правда мысли» и «правда совести»; категория Истина – с семантикой «всё, что верно, подлинно точно», «максима», «метафизическая сущность». При этом лексические репрезентанты ценностных категорий Правда и Истина (имена существительные *правда*, *истина*, *ложь*, их дериваты и другие экспликативы рассматриваемой семантики) были проанализированы в аспекте веритативной модальности, которая заключается в интерпретации семантики контекста «с точки зрения соответствия или несоответствия описываемому положению дел» (Киклевич 2014, 243).

Семантика «правда факта» и «правда мысли» раскрывает «универсальное понятие» правды (Вежбицка 2011, 395), однако в то же время эти семантические составляющие можно дифференцировать. Так, Т. В. Булыгина и А. Д. Шмелев соотносят «правду факта» и «правду больших обобщений» (1995). Если «правда факта» предполагает истинностную оценку определённых фактов и событий, то «правда мысли» связана с истинностной оценкой не самих фактов и событий, а их интерпретации, выраженной в суждениях. С точки зрения содержания концепта «правда» ключевую роль играет семантика «правда совести», связанная с этической оценкой, с пониманием правды как справедливости.

Первая семантическая составляющая ценностной категории Истина – «всё, что верно, подлинно, точно» (Даль 1994, 60). Семантика «истина – всё, что верно, подлинно, точно» тесно связана со значением слова *правда*, хотя В. И. Даль характеризует эту связь как не совпадающую с истоками понятий «правда» и «истина». Причём если дифференцировать «правду факта» и «правду мысли», то понятие истины связано с «правдой мысли»: как верное, подлинное и точное характеризуется не конкретный факт, а некое суждение обобщённого характера. Вторая семантическая составляющая ценностной категории Истина связана со значением «максима», которое метонимически соотносится с первым и сопряжено с «ситуацией истины в житейском контексте», где она становится «максимой, сентенцией, резюмирующей жизненный опыт» (Арутюнова 1999, 556). Истины-максимы отражают конвенциональный фонд мудрости, значимый для экспликации ценностной картины мира. Третья семантическая составляющая – «истина – метафизическая сущность», т.е. относящаяся к «неизменным, раз навсегда данным и недоступным опыту началам мира» (Ожегов/ Шведова 1973, 320).

4

Представим результаты семантико-стилистического анализа ценностных категорий Правда / Истина в городской газете 1980–2013 гг. Показательные количественные данные об употреблении слов *правда* и *истина* в газетных заголовках на различных этапах истории (см.: График 1).

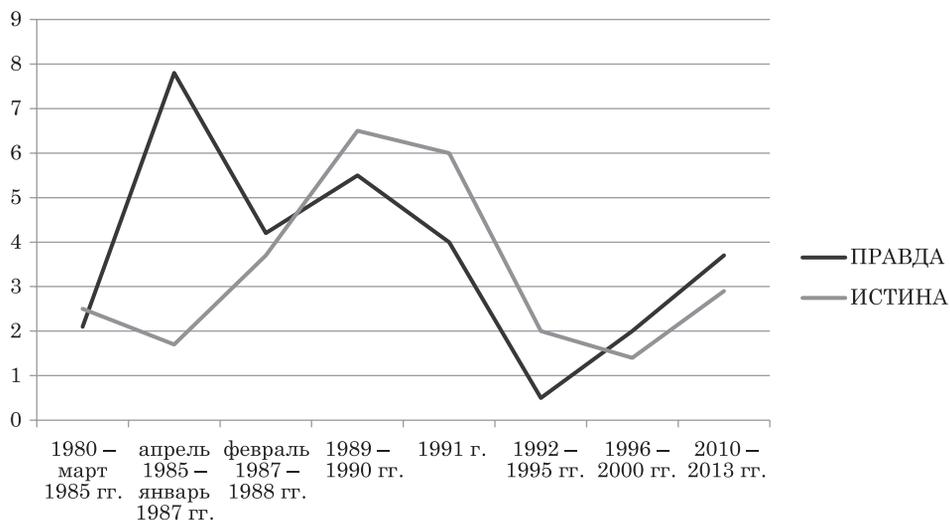


График 1. Употребительности слов *правда* и *истина* в газетных заголовках 1980–2013 гг.

График 1 основан на данных, полученных с помощью сплошной выборки на материале заголовков 1980–2000 и 2010–2013 гг. Показатель употребительности – среднее арифметическое количества заголовков со словами *правда*, *истина* за один год рассматриваемого периода; этапы перестройки рассматриваются в исследовании в соответствии с подходом В. В. Согрина (1992); дериваты в подсчётах не учитывались. Как видим, наибольшее расхождение в употребительности рассматриваемых ключевых слов наблюдается на первом этапе перестройки, когда употребительность слова *правда* достигает своего максимума. Эта тенденция объясняется политикой гласности, распространением в масс-медиа идеологии правды.

Начиная со второго этапа перестройки употребительность слова *правда* в газетных заголовках неуклонно снижается, достигнув «нижней точки» в первой половине 1990-х гг. При этом постепенно углубляется как понимание происходящего, так и смысловое наполнение слова *правда*: в контекстах со словом *правда* делается акцент на её личностном характере, сложности поиска, величайшей этической значимости. Меньшая употребительность слова *правда* в заголовках не означает его уход из медиапространства, что подтверждают

данные частотного словаря (Ляшевская/Шаров 2009) и результаты предпринятого анализа. Повышение роли слова *истина* на поздних этапах перестройки связано, на наш взгляд, с несколькими факторами.

Во-первых, в ситуации аксиологического плюрализма человек остро нуждается в обретении основополагающих ценностных констант. В состоянии усталости от многообразия «правд», нередко агрессивно навязываемых, возникает стремление найти единственную и неизблемую Истину. Во-вторых, медиадискурс третьего и четвертого этапов перестройки отражает значимость сакральной тематики: актуальным для общества стал вопрос о духовных ценностях, о поиске «дороги к храму», и в контексте этих поисков органично слово *истина*, культурная память которого связана с церковно-религиозным дискурсом. В-третьих, возможно, свою роль сыграли успокаивающие и дарящие свет фоносемантические характеристики слова истина: «хороший, светлый» (Журавлев 1991, 54). Констатируемое социологами приближение к «нижней точке» кризиса отразилось, на наш взгляд, в самой низкой за период 1980–2000 и 2010–2013 гг. употребительности слова *правда* в газетных заголовках 1992–1995 гг.: в состоянии ценностной энтропии слово *правда* чаще остаётся не вынесенным в заголовок, но в то же время очень значимым в поиске ценностных основ жизни.

Пройдя в 1996 г. одну из нижних точек кризиса, российское общество к концу 1990-х гг. вступило в фазу «определённого “отката” к традиционным ценностным основаниям в многомерном нелинейном ценностном пространстве» (Рассади́на 2006, 101). Возвращение во второй половине 1990-х гг. к состоянию, когда в газетных заголовках становится более употребительным слово *правда*, чем слово *истина*, естественно для медиадискурса, важнейшей коммуникативной задачей которого является выражение и формирование социальной оценки. С этой задачей теснее связана ценностная категория Правда.

Показательно движение тематических доминант публикаций, раскрывающих семантику слов *правда* и *истина*: в доперестроечный период это политика, социально-правовые вопросы, нравственная проблематика, на первом этапе перестройки – новая идеология, на втором этапе – общественно-политическая проблематика, на третьем – общественно-политическая и нравственная проблематика, вопросы экономики, на четвертом этапе перестройки и в 1990-е гг. – духовно-нравственные вопросы, во второй половине 1990-х гг. к этой доминанте добавляется тема власти. На каждом из рассмотренных этапов наблюдается совместная встречаемость слов *правда* и *истина* в материалах, посвящённых нравственной проблематике и вопросам культуры, искусства, что говорит о важной роли вечных ценностей.

Значимость ценностных категорий Правда и Истина проявляется как в публикациях местных журналистов, так и в материалах, перепечатываемых

из центральных СМИ. Так, духовное состояние человека как основа основ осмысливается в перепечатанном из журнала «Знамя» выступлении президента Чехословакии Вацлава Гавела на Международной конференции в Осло по правам человека и гражданским свободам «Тоталитаризм XX века» (16.07.1991, 17.07.1991²). Включение данной публикации в городскую газету отражает открытость нового политического мышления, приоритет общечеловеческих ценностей. В лиде выступление В. Гавела охарактеризовано как *правдивое* (семантика «правда мысли» и «правда совести»):

Это точка зрения нашего современника на происходящее сегодня с людьми, когда стали возможными массовая ненависть и убийства, когда ослепляющее безумие захватывает целые народы. Глубинный механизм происходящего сегодня во всех странах бывшего соцлагеря и пытается показать Гавел. Ведь все мы родом из тоталитарной системы. Иногда нужно правдивое зеркало, чтобы увидеть приставшую грязь и отряхнуть её. Таким зеркалом может стать и эта публикация. Она о каждом и для каждого.

В. Гавел предостерегает от поспешности в поиске истины и говорит о нравственной основе пути к ней. Иным путём идут приверженцы тоталитарной системы, которыми, по мысли оратора, движет ненависть:

Как и любовь, ненависть, в конечном счёте, есть выражение жадности абсолюта, хотя и трагически извращённое [...]. В подсознании ненавидящих дремлет извращённое чувство, будто они обладают истиной в последней инстанции, и это превращает их в своего рода сверхчеловеков, чуть ли не в богов, и поэтому-де они заслуживают всеобщего подчинения и лояльности, если не прямо слепого повиновения.

В контексте подчёркнута ложность чувства обладания истиной в последней инстанции, на имплицитном уровне – сложность и бесконечность пути к истине, касающейся глубинных законов жизни.

В газете XXI в. (2010–2013 гг.) методом сплошной выборки было выявлено в два раза больше текстов, содержащих слово *правда*, чем текстов, содержащих слово *истина*. Соотношение заголовков со словами *правда* и *истина* в материалах 2010–2013 гг. соответствует соотношению этих слов в публицистике: заголовки со словом *правда* встречаются чаще. Однако разница в употреблении слов *правда* и *истина* в рассмотренных заголовках (заголовки со словом *правда* встречаются в 1,3 раза чаще) меньше, чем в современной публицистике в целом (частотность слова *истина* в 2,5 раза ниже, чем слова *правда*); в городской газете эта разница сглажена – текстов, содержащих

² Приводятся даты публикации материала в городской газете «Кузнецкий рабочий».

слово *истина*, в два раза меньше, чем текстов, содержащих слово *правда*), что, на наш взгляд, свидетельствует о важной семантико-стилистической роли слова *истина* в организации информационно-оценочного пространства номера городской газеты. Совместная встречаемость слов *правда* и *истина*, как и в публикациях конца XX в., отмечается в контексте размышлений о нравственных и эстетических вопросах, акцентируется тема исторической памяти. Большое внимание городская газета начала XXI в. уделяет талантливым новокузнецчанам. Важной темой, с которой в начале XXI в. связано одновременное включение в медиатекст слов *правда* и *истина*, является роль газеты в общественной жизни.

5

В аксиосфере регионального медиадискурса наряду с надрегиональной составляющей несомненную значимость обретает собственно региональная составляющая. Динамика собственно региональной составляющей аксиосферы отражается в семантико-стилистическом воплощении в е д у щ е й г и п е р т е м ы (темы региона, города) и к р а е в е д ч е с к и х д о м и н а н т – тем, которые формируются в региональном медиадискурсе, связаны с осознанием и выражением региональной идентичности и актуализированы системой стилистических средств и приёмов. Ведущая гипертема и краеведческие доминанты регионального издания соотносятся как с культурными концептами («родина», «историческая память»), так и с идеологемами (т.е. концептами, которые актуализированы в масс-медиа и связаны с формированием социальной оценки текущего момента), в том числе с регионально маркированными идеологемами, отражающими специфику определённого региона и обладающими особой значимостью для регионального социума.

Аксиологическая специфика регионального издания определяется м е м о р и а л ь н о - к р а е в е д ч е с к о й ф у н к ц и е й, которую успешно реализует городская газета «Кузнецкий рабочий». Г. Н. Швецова-Водка, опираясь на подход к документу и книге П. Отле, характеризует мемориальную функцию как одну из функций документа (в широком значении этого термина) – его назначение в системе социальных коммуникаций «быть “внешней памятью” человека и человечества в целом» (Швецова-Водка 2009, 92). Мемориально-краеведческая функция в региональном медиадискурсе сопряжена с базовой для газетно-публицистического стиля функцией социальной оценки. Реализуется мемориально-краеведческая функция в городской газете через информирование и воздействие, связана с привлечением общественности

к осознанию региональной идентичности, без которого невозможно решение сегодняшних проблем региона и определение его будущего.

Общественно-политические изменения в стране определили возрастание роли мемориально-краеведческой функции регионального медиадискурса в начале 1990-х гг., что соответствует началу в истории краеведения нового этапа, связанного с «резким всплеском интереса к локальной истории (область, район, город, предприятие или учреждение) и к персоналиям» (Дорофеев 2012, 48). Регионализация становится фактором, частично уравнивающим действие фактора глобализации, неизбежного в новом информационном обществе.

Если в целом в газетных текстах роль социальной оценочности предопределяет доминирование такой формы существования ценностей, как общественные идеалы (о формах существования ценностей см.: Леонтьев 1996, 22–24), то в газетных текстах, представляющих региональный медиадискурс, при сохранении ключевой роли общественных идеалов повышается значимость такой формы существования ценностей, как «предметно воплощённые ценности» (Леонтьев 1996, 23). Аксиологическая специфика регионального медиадискурса связана с особым вниманием к предметам материальной и духовной культуры, соотносённым с концептом «малая родина». В этом смысле региональный медиадискурс реализует «музейный» подход, запечатлевая духовно значимые для жителей города, региона объекты. Способность быть формой существования ценностей, отражённой в региональном медиадискурсе, потенциально заложена в любом объекте, который может быть соотносён с системой аксиологических координат, определяющих региональную идентичность. Например, в газете «Кузнецкий рабочий» среди предметно воплощённых ценностей представлены Кузнецкий металлургический комбинат, лиственница, которая была живым свидетелем венчания Ф. М. Достоевского с М. Д. Исаевой, различные здания и улицы города, старые номера городской газеты и многое другое. В репрезентации предметно воплощённых ценностей в региональном медиадискурсе участвуют иконические элементы креолизованных текстов.

Таким образом, семантико-стилистический анализ лингвоаксиологического своеобразия регионального медиадискурса позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, дискурс городской газеты представляет особую разновидность регионального медиадискурса, семантико-стилистическая специфика которой обусловлена комплексом экстралингвистических факторов: исторических, географических, этнических, экономических, административно-территориальных.

Во-вторых, лингвоаксиологическое своеобразие регионального медиадискурса основано на взаимодействии двух составляющих его аксиосферы – надрегиональной и собственно региональной.

В-третьих, динамика надрегиональной составляющей ценностной картины мира, отражённой в региональном медиадискурсе, проявляется в особенностях экспликации ключевой для медиадискурса ценностной категории Правда, репрезентанты которой соотносятся с общественно-политическими процессами и духовными исканиями лингвокультурного сообщества конца XX – начала XXI в.

В-четвертых, собственно региональная составляющая ценностной картины мира, отражённой в региональном медиадискурсе, связана со специфической для него мемориально-краеведческой функцией, реализация которой сопряжена с действием трёх коммуникативных принципов: тесной связи со своим (местным) адресатом, «региоцентризма» (в городской газете – «градоцентризма»), краеведческого фокусирования.

Разработанная модель описания аксиологической специфики регионального медиадискурса, включающая семантико-стилистический анализ воплощения надрегиональной составляющей аксиосферы (её основа – ценностная категория Правда) и региональной составляющей (представленной в медиатекстах ведущей гипертемой и краеведческими доминантами регионального издания), позволяет продуктивно интегрировать подходы функциональной стилистики, дискурс-анализа и аксиологической лингвистики и применять их к различным региональным масс-медиа, что связано с дальнейшей разработкой проблемы отражения ценностной картины мира в медиадискурсе и проблемы «Язык и регионы».

Библиография

- Абдикеримова, Г. (2016), Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 197–206.
- Анненкова, И. В. (2011), Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. Москва.
- Арутюнова, Н. Д. (2004), ИСТИНА, ДОБРО, КРАСОТА: взаимодействие концептов. В: Арутюнова, Н. Д. (ред.), *Логический анализ языка. Языки эстетики: концептуальные поля прекрасного и безобразного*. Москва, 5–29.
- Арутюнова, Н. Д. (1999), *Язык и мир человека*. Москва.
- Булыгина, Т. В./Шмелев, А. Д. (1995), «Правда факта» и «правда больших обобщений». В: *Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке*. Москва, 126–133.
- Ван Дейк, Т. А. (2014), *Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Москва.
- Вежибickaя, А. (2011), Русские культурные скрипты и их отражение в языке. В: Вежибickaя, А., *Семантические универсалии и базисные концепты*. Москва, 389–423.
- Гайда, С. (2016), К полной теории стиля. В: *Стилистика сегодня и завтра*. Москва, 151–155.
- Даль, В. И. (1994), *Толковый словарь живого великорусского языка*. Москва.
- Декларация принципов поведения журналиста Международной федерации журналистов (1986). В: <<http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/754>> [доступ 31.07.2016].
- Дорофеев, М. В. (2012), *Историческое краеведение*. Новокузнецк.
- Журавлев, А. П. (1991), *Звук и смысл*. Москва.

- КАРАСИК, В. И. (2009), Аксиологическая лингвистика: перспективы развития. В: Пименова, М. В. (ред.), Ментальность и изменяющийся мир. Севастополь, 13–20.
- КАРАСИК, В. И. (2014), Коммуникативная тональность медиадискурса. В: Солганик, Г. Я. и др. (ред.), Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты. Москва, 218–230.
- КIKLEWICZ, A. (2013), Социальные ценности в системе современной культуры. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. IV, 273–294.
- Киклевич, А. К. (2014), Динамическая лингвистика: между кодом и дискурсом. Харьков.
- КУЗНЕЦОВА, Т. В. (2012), К проблеме определения аксиологической сущности СМИ. В: Стилистика завтрашнего дня: сборник статей к 80-летию проф. Г. Я. Солганика. Москва, 136–150.
- Куликовская, И. (2011), Духовно-нравственная культура человека в информационном обществе. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 303–316.
- КУПИНА, Н. А./МАТВЕЕВА, Т. В. (2013), Стилистика современного русского языка. Москва.
- ЛАПИН, Н. И. (1994), Ценности как компоненты социокультурной эволюции современной России. В: Социологические исследования. 5, 3–8.
- ЛАПИН, Н. И. (2010), Функционально-ориентирующие кластеры базовых ценностей населения России и её регионов. В: Социологические исследования. 1, 28–46.
- ЛЕОНТЬЕВ, Д. А. (1996), Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. В: Вопросы философии. 4, 15–26.
- Ляшевская, О. Н./ШАРОВ, С. А. (2009), Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). Москва. В: <[http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq_freq&title=Частотный список лемм](http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq_freq&title=Частотный%20список%20лемм)> [доступ 5.01.2016].
- МАРЕЕВА, С. В. (2013), Динамика норм и ценностей россиян. В: Социологические исследования. 7, 120–130.
- МАТИСОН, Д. (2014), Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Харьков.
- ОЖЕГОВ, С. И./ШВЕДОВА, Н. Ю. (ред.) (1973), Словарь русского языка. Москва.
- РАССАДИНА, Т. А. (2006), Трансформация традиционных ценностей россиян в постперестроечный период. В: Социологические исследования. 9, 95–101.
- СОГРИН, В. В. (1992), Перестройка: итоги и уроки. В: Общественные науки и современность. 1, 133–147.
- СТЕПАНОВ, Ю. С. (2004), Константы: Словарь русской культуры. Москва.
- Фуко, М. (2008), Дискурс и истина. В: Логос. 2 (65), 159–262.
- ШВЕЦОВА-ВОДКА, Г. Н. (2009), Общая теория документа и книги. Москва/Киев.
- ШМЕЛЕВ, А. Д. (1995), Правда vs. истина в диахроническом аспекте (Краткая заметка). В: Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке. Москва, 55–57.
- ЮРКЕВИЧ, А. В. (2009), Нравственное состояние современного российского общества. В: Социологические исследования. 10, 70–79.
- ЯНОВСКИЙ, Р. Г. (1995), Духовно-нравственная безопасность России. В: Социологические исследования. 12, 39–47.

