

УДК 82

## Языковые особенности публикаций приднестровских СМИ о России

**Кузнецова Анастасия Юрьевна**

Аспирант кафедры массовых коммуникаций,

Российский университет дружбы народов,

117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6;

e-mail: kuznetsova\_nastya@mail.ru

### Аннотация

Статья посвящена актуальным проблемам современного публицистического дискурса и его языкового оформления. Цель работы – изучить лингвистические особенности приднестровских публикаций о России. В ходе исследования установлено, что авторы в своих журналистских материалах путем использования пророссийски окрашенных языковых единиц (стереотипов, идеологем) сравнивают народ Приднестровья и России, указывая на их общие корни, тесную духовную связь и культурное единство. Стереотипы, как правило, эмоциональны, поэтому хорошо запоминаются читателям и влияют, тем самым, на его представления о стране в сфере межгосударственных отношений. Под воздействием социальных стереотипов у читателя возникает чувство причастности к российской действительности, приднестровцы приобщаются к культуре, политике, экономике России, основываясь на исторических предпосылках. Рассматривая идеологемы в приднестровской прессе, нами был отмечен тот факт, что в своем большинстве используемые языковые единицы тяготеют к российскому этносу. Этнически окрашенные идеологемы чаще всего используются в прямой речи простых граждан, которые высказывают слова благодарности России, надеясь на ее объединение с Приднестровьем. Таким образом, стереотипы и идеологемы значительно влияют на формирование имиджа государства в средствах массовой информации (в частности, на имидж России в печатных СМИ Приднестровья), создавая при этом полноценный эмоциональный образ, сильное впечатление, а также определенный психологический настрой, ведь от того, как Россию будут воспринимать в других государствах, зависит и ее успех на международной арене.

### Для цитирования в научных исследованиях

Кузнецова А.Ю. Языковые особенности публикаций приднестровских СМИ о России // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 2А. С. 272-282.

**Ключевые слова**

Россия, Приднестровье, печать Приднестровья, современный публицистический дискурс, имидж государства, стереотипы, идеологемы.

**Введение**

Анализ проблем национальной и цивилизационной идентичности становится все более актуальным и острым в последние годы. Довольно-таки интересную, хотя и фрагментарную картину показывает исследование, как сегодня в мире представляют и воспринимают Российскую Федерацию разные социальные группы. Очень часто при описании России используют метафору «мост» (или «буфер») между Западом и Востоком. Но одновременно выяснилось и то, что одной из существенных оценок этого «моста» является отсутствие общенациональных символов и ориентиров развития [Лапкина, 2004, 56].

Для каждой страны характерны свои особенности. Выражаются они в традициях, обычаях, образе жизни граждан. На протяжении долгого времени у людей формировалось свое мнение относительно соседей, создавались определенные образы. Так, например, часто можно услышать: *эта страна – гарант мира и стабильности, могущественная держава, великая страна*. Таким образом, закрепленные в массовом сознании стереотипы нередко становятся регулятором в сфере межэтнических отношений.

В спокойной межнациональной ситуации какие-либо схематичные представления народов о себе самих или же о других могут даже не рассматриваться и не играть существенной роли в построении отношений между странами. Но в момент обострившейся напряженности в обществе данные стереотипы, особенно негативные, могут значительно ухудшить ситуацию, резко разделив людей на этноконфессиональные и этнические группы («мы» и «они»). И именно негативные стереотипы, по мнению ученых, быстро «оживляются» и распространяются при кризисе политической или социальной ситуации [Малькова, 2004, 54].

Как показывает история, так и происходило на протяжении долгого периода времени в разных многонациональных сообществах. К тому же, политики и военные некоторых стран специально изучали социальные стереотипы, национальный характер отдельных народов с тем, чтобы с разных сторон изучить своего потенциального противника.

Создание социальных стереотипов – иногда случайное, но в большинстве случаев целенаправленное, расширяет в определенной степени представления людей о том или ином государстве, напрямую влияет на отношения между государствами, на укрепление мира и спокойствия страны. Или же наоборот – влияет на эскалацию напряженности и конфликтности.

Сегодня социальные стереотипы являются одним из важных механизмов диагностики имиджа государства, а в нашем случае – России в периодической печати Приднестровья. Мы рассматриваем стереотипы и идеологемы в прессе, присущие России как государству, политика которого очень важна для приднестровского региона.

Россия для Приднестровья – это гарант мира и стабильности. Народ непризнанного мировым сообществом государства однозначно определился в пользу теснейшего союза с Россией, неоднократно высказывался за этот союз, и что уникально в истории постсоветского пространства – за сохранение и упрочение присутствия России в приднестровском регионе.

В связи с этим уместно вспомнить референдум, который был проведен 17 сентября 2006 года, где народ Приднестровья выразил свою волю в отношении будущего. Жителям республики нужно было ответить на два вопроса:

1. Поддерживаете ли Вы курс на независимость Приднестровской Молдавской республики и последующее свободное присоединение Приднестровья к Российской Федерации?

2. Считаете ли Вы возможным отказ от независимости Приднестровской Молдавской республики с последующим вхождением в состав республики Молдова?

По официальным данным по первому вопросу «за» высказались 97,1% приднестровцев, «против» – 2,3%. На второй вопрос положительно ответили 3,4% граждан ПМР, отрицательно – 94,6% [17 сентября..., www]. Из этого следует, что народ Приднестровья хочет присоединиться к России и существовать как независимое самостоятельное государство. Данные факторы, конечно же, влияют на освещение российско-приднестровских отношений и, в частности, российской тематики государственными СМИ, которые призваны решать задачи государственной политики в области экономики и дипломатии.

### **Стереотипы – важные речевые компоненты текста СМИ**

Мы рассматриваем социальные стереотипы, как схематичные, не всегда объективные, порой поверхностные утверждения о государстве. Стереотипы нужно рассматривать в контексте дополнительной информации, с помощью которой можно как улучшить, так и ухудшить образ территориального соседа (партнера, друга, врага, конкурента). Ввиду этого, журналист или редактор практически всегда знают, какую статью им нужно опубликовать: доброжелательную или конфликтную. Это связано как с конкретными информационными поводами, так и с политическими заказами [Малькова, 2004, 56].

Часто авторы публикаций, в которых упоминается тема России, описывают политических лидеров государства. Это не случайно, так как именно Владимир Путин во многом поспособствовал тому, чтобы изменить имидж России на международной арене. Такие кампании, где в центре находится сам лидер страны, называются *charm offensive* (атака с помощью личного обаяния). Владимир Путин провел именно такую «атаку» для того, чтобы, во-первых, заручиться доверием мировой элиты, а, во-вторых, изменить отношение к России как к несерьезному, нестабильному партнеру. Республиканская газета «Приднестровье» опубликовала часть выступления Президента России В.В. Путина на расширенном заседании государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года», под заголовком «Владимир Путин: в нашем характере – привычка побеждать». В своем выступлении лидер

России расставил все основные приоритеты деятельности «своего» государства. *«Сейчас можно твёрдо сказать: с политическим бесправием народа покончено. Мы делаем и будем делать всё возможное, чтобы права наших граждан реализовывались в полной мере через эффективные институты ответственной и честной власти. И, наконец, Россия вернулась на мировую арену как сильное государство – государство, с которым считаются и которое может постоять за себя. Мы накопили серьёзный внешнеполитический капитал, и он работает на развитие страны, защиту интересов граждан и национального бизнеса»* [Мигуля, 2008, 2]. Анализируя социальные стереотипы, имеющиеся в опубликованном выступлении, стоит отметить, что оратор неоднократно применяет местоимения: *мы, наши, нашего*. Эти местоимения, своего рода, объединяют этнос, нации, территории. У аудитории возникает уверенность в том, что Россия не забудет своих граждан (*«мы делаем и будем делать всё возможное, чтобы права наших граждан реализовывались»*), появляется уверенность в завтрашнем дне. В особенности, когда подобные выражения звучат из уст человека, образ и статус которого непоколебим, эта уверенность в значительной степени возрастает.

Социальные стереотипы в средствах массовой информации – это не только особенности народа государства (культурно-психологические характеристики, черты их характера, образ жизни), но и другие элементы, так или иначе связанные с имиджем России (информация о территории, о природе страны, о культуре, истории, об этнических героях, материальных и духовных ценностях, а также об экономике, политике, политических интересах и пр.) [Малькова, 2004, 87]. Так, например, в статье «Все разыграно по нотам» С. Зайченко, опубликованной в газете «Приднестровье», была затронута весьма актуальная тема, а именно «газовый» конфликт, в котором принимала участие Россия. *«Так называемый «газовый» скандал между Россией и Украиной как нельзя, кстати, пришелся для Вашингтона в период обострения отношений между Россией и США. Если хорошо подумать и проанализировать ситуацию, сложившуюся на Евразийском континенте после событий на Балканах и Кавказе, то можно без преувеличения сделать вывод: конфликт этот спровоцирован из-за океана»* [Зайченко, 2009, 2]. В своем материале автор поддерживает Россию, переводя негатив на «заокеанских заказчиков», при этом не называя конкретно страну-провокатора. Но читатель, благодаря использованию стереотипа-перифраза *«из-за океана»*, понимает, о какой стране идет речь.

Тем самым, журналисты, которые используют стереотипные утверждения, нередко проводят через эту информацию не только просвещенческие, но и политические идеи: *«В Приднестровье все эти годы верили и продолжают верить, кто бы и что ни говорил, что Приднестровье – российский анклав, окруженный «трехуровневым» кольцом блокад, организованных официальным Кишиневом, официальным Киевом и официальным Брюсселем – главным борцом за соблюдение международных прав человека в Европе»* [Смирнов, 2010, 1]. В данном контексте Приднестровье выступает, как неотъемлемая составляющая часть России, и представленный ее образ положителен, а вот Кишинев, Киев и Брюссель

выступают преградами на пути воссоединения России и Приднестровья. Такое образное представление данных стран достигается путем противопоставления различно окрашенных лексических единиц: «анклав» (территория или часть территории страны, окруженная со всех сторон территорией другого государства [Ожегов, 2011, 115]) и «трехуровневое» кольцо блокад.

Таким образом, стереотипы выполняют разные функции: с одной стороны, они – элементы государственного просвещения населения, хоть и субъективного, нередко искаженного, но все же просвещения. А с другой, эти стереотипные образы являются эффективными средствами манипулирования массовыми представлениями в сфере государственных отношений, выступают действенным инструментом их регулирования.

### **Идеологемы как коммуникативно-информационные механизмы формирования имиджа государства в СМИ Приднестровья**

Идеологемы так же, как и стереотипы, могут быть толерантными, нейтральными, смешанными или конфликтными. И каждая из них может по-своему оказывать влияние на представления и установки человека. Под понятием «идеологема» мы в данном случае имеем в виду определенное суждение, высказанное автором публикации в форме одного или более предложений, содержащее в себе и несущее в массовое сознание некоторый идеологический смысл [Малькова, 2004, 64].

Идеологемы, используемые в публикациях содержат коннотацию толерантности, например: «*Независимо от нашего нахождения и проживания, мы все равно граждане России*» [Мельниченко, 2007, 2], так и конфликтности: «*Россия не должна идти на уступки Молдове, ее политика в адрес этого государства должна быть жестче*» [Мартов, 2010, 2].

В.К. Малькова в своих многочисленных работах, посвященных изучению этнических аспектов и имиджа России, в целом предложила свою типологизацию идеологем. Исходя из результатов анализа приднестровских газет, показавших большое разнообразие этих элементов информации, мы будем рассматривать «российски окрашенные» идеологемы, используемые журналистами и другими идеологами в современных средствах массовой информации согласно типологизации, представленной В.К. Мальковой.

К сожалению, идеологемы, влияющие на формирование имиджа Российской Федерации, не всегда можно четко разделить на толерантные и интолерантные. Поэтому каждый раз мы будем рассматривать идеологемы в связи с общим контекстом, в котором они находятся. Поэтому мы ниже приведем различные типы идеологем, встреченных нами в анализируемых средствах массовой информации, не указывая прямо на степень их толерантности или конфликтности.

1. Интегрирующие и консолидирующие идеологемы:

1). Мы народ страны с общей историей и общим будущим:

*«В Приднестровье Россия традиционно воспринимается не иначе как гарант мира и безопасности, стабильности и благополучия. Наши народы связаны общей историей, единой культурой и целями развития»* [Смирнов, 2011, 1].

2) Мы все граждане одного государства, независимо от нашего проживания:

*«Мы, граждане России, постоянно проживающие в Приднестровье, внимательно следим за событиями в России»* [Халецки, 2010, 2].

*«...Приднестровье – это русская земля, а воля приднестровцев – неотъемлемая часть российского народа, – выраженная на референдуме в 2006 году, священна. В этом году республика будет отмечать десятилетний юбилей этого плебисцита. Желание подавляющего большинства жителей Приднестровья интегрироваться в Российскую Федерацию и Таможенный союз обязательно осуществится, когда для этого сформируются благоприятные политические условия» («Можете положиться на широкие плечи Российской Федерации» А. Панин) [Панин, www].*

3) Мы должны дружить и сотрудничать с ними, это для нас очень важно:

*«В сложившейся ситуации Россия просто не имеет права упустить возможность и не использовать подвластную ей территорию Приднестровья для ответного шага»* [Мартов, 2011, 2].

4) Мы должны жить мирно, чтобы быть сильнее и вместе строить будущее:

*«Сегодня все ищут новые объединяющие идеи Приднестровья и России... Среди таких – объединение народов на религиозной основе»* [Мельниченко, 2007, 2].

2. Идеологемы выстраивания приоритетов:

1) Они должны считаться с нашим мнением:

*«Действительно, для России, оказавшейся зажатой в тисках НАТО, пророссийское Приднестровье – островок надежды, хотя бы для частичного влияния на события в Европе»* [Макаренко, 2012, 2].

2) Идея «великой державы»:

*«Россия вернулась на мировую арену как сильное государство — государство, с которым считаются и которое может постоять за себя»* [Мигуля, 2008, 2] («В. Путин: в нашем характере привычка побеждать» из выступления В.В. Путина).

3. Идеологемы благодарности:

1) Для нас важно, что Россия «с нами»:

*«Углубление интеграционных связей с Российской Федерацией, усиление и расширение ее присутствия в экономической, гуманитарной, миротворческой сферах – это закономерный путь, который позволит нам вместе сделать качественный рывок к достойной и безопасной жизни»* [Смирнов, 2012, 2].

2) Мы ценим культурное наследие России.

*«Мы – православные христиане – каждый день молимся в церкви и дома, чтобы Приднестровье присоединили к России. Чтобы этому никто не смог помешать, – рас-*

*сказывает она. – Надеемся, что Господь услышит наши молитвы и Приднестровье станет частью единого государства Российского. Мы не мыслим свою жизнь без России» [Дорошенко, 2008, 2].*

### **Заключение**

Рассматривая идеологемы в приднестровской прессе, нами был отмечен тот факт, что в своем большинстве используемые языковые единицы тяготеют к российскому этносу. Авторы в своих журналистских материалах путем использования пророссийски окрашенных языковых единиц (идеологем) сравнивают народ Приднестровья и России, указывая на их общие корни, тесную духовную связь и культурное единство. Этнически окрашенные идеологемы чаще всего используются в прямой речи простых граждан, которые высказывают слова благодарности России, надеясь на ее объединение с Приднестровьем.

В ходе изучения социальных стереотипов, влияющих на формирование имиджа Российской Федерации, можно сделать следующие выводы:

- 1) стереотипы, как правило, эмоциональны, поэтому хорошо запоминаются читателям и влияют, тем самым, на его представления о стране в сфере межгосударственных отношений;
- 2) при использовании стереотипов журналисты делают разные акценты, подчеркивая или скрывая отдельные стороны события или явления;
- 3) при восприятии социальных стереотипов у читателя возникает чувство причастности к Российской Федерации, приднестровцы приобщаются к культуре, политике, экономике России, основываясь на исторические предпосылки.

Таким образом, стереотипы и идеологемы значительно влияют на формирование имиджа государства в средствах массовой информации (в частности, на имидж России в печатных СМИ Приднестровья), создавая при этом полноценный эмоциональный образ, сильное впечатление, а также определенный психологический настрой, ведь от того, как Россию будут воспринимать в других государствах, зависит и ее успех на международной арене.

### **Библиография**

1. 17 сентября в столице отметят 10-летие референдума о независимости. URL: <https://novostipmr.com/ru/news/16-09-08/17-sentyabrya-v-stolice-otmetyat-10-letie-referenduma-o>
2. Дорошенко Л. Мы – русские // Приднестровье. 2008. № 258. С. 2-3.
3. Зайченко С. Все разыграно по нотам // Приднестровье. 2009. № 7. С. 2-3.
4. Каминский П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе // Вестник Московского университета. Журналистика. 2011. № 62. С. 97-105.
5. Лапкина В.В. Поиск национально-цивилизационной идентичности и концепт «особого пути» в российском массовом сознании в контексте модернизации. М.: ИМЭМО, 2004. 423 с.

6. Ляпун С.В. Газетная публицистика в парадигме лингвистических исследований XXI в. // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2. Филология и искусствоведение. 2011. № 1. С. 109-115.
7. Макаренко Т. Островок надежды // Днестровская правда. 2012. № 340. С. 2.
8. Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики. М.: АСТ, 2004. 236 с.
9. Мартов С. Курс на сближение с Россией остается неизменным // Патриот. 2010. № 45. С. 2.
10. Мартов С. От разговора – к делу // Приднестровье. 2011. № 68. С. 2-3.
11. Мельниченко С. На пути к миру // Днестровская правда. 2007. № 73. С. 2.
12. Мельниченко С. Светлая идея – быть вместе с Россией // Днестровская правда. 2007. № 43. С. 2.
13. Мигуля С. Владимир Путин: в нашем характере – привычка побеждать // Приднестровье. 2008. № 17. С. 2-3.
14. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Оникс, 2011. 736 с.
15. Олейников С.В. СМИ в процессе системной трансформации информационного пространства Приднестровья: дис. ... канд. полит. наук. СПб.: СПбГУ, 2006. 226 с.
16. Панин А. Можете положиться на широкие плечи Российской Федерации. URL: <http://pridnestrovie-daily.net/archives/12388>
17. Распопова С.Л. Средства массовой информации постсоветского полиэтничного общества: генезис, структура, типология (на примере СМИ Приднестровья): дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 2007. 214 с.
18. Смирнов И. Единая цель, сплотившая всех нас // Приднестровье. 2011. № 97. С. 2-3.
19. Смирнов И. Прочные нити взаимопонимания // Приднестровье. 2010. № 1. С. 1-2.
20. Смирнов И. Созидательная энергия // Приднестровье. 2011. № 98. С. 1-2.
21. Халецки В. Россия, вставшая с колен // Приднестровье. 2010. № 4. С. 2-3.

## **Linguistic features of the Transnistrian publications regarding Russia**

**Anastasiya Yu. Kuznetsova**

Postgraduate

Department of Mass Communication,

Peoples' Friendship University of Russia,

117198, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;

e-mail: [kuznetsova\\_nastya@mail.ru](mailto:kuznetsova_nastya@mail.ru)



**Abstract**

This article is devoted to topical problems of modern publicistic discourse and its language framework. The aim of the work is to study the linguistic features of the Transnistrian publications regarding Russia. In the course of the study, it was established that authors compare the people of Transnistria and Russia by using pro-Russian associated language units (stereotypes and ideologemes) in their journalistic materials, emphasizing their common roots, cultural unanimity and close spiritual liaison. As a rule, stereotypes are emotionally-colored, that's why they are well remembered by the readers and thus influence their ideas about the country in the sphere of interstate relations. On perceiving social stereotypes, the reader has a sense of belonging to the Russian Federation, Transnistrians are attached to the culture, politics and economy of Russia, based on historical premises. Considering ideologemes in the Transnistrian press, we noted the fact that in the majority the commonly used linguistic units gravitate towards the Russian ethnos. Ethnically colored ideologemes are most commonly used in the direct speech of ordinary citizens who express gratitude to Russia, hoping for its unification with Transnistria. So, stereotypes and ideologemes significantly influence the formation of the state image in the mass media (in particular, the image of Russia in the print media of Transnistria), while creating a full-fledged emotional image, a strong impression, as well as a certain psychological attitude, which influences the perception of Russia on the international scene.

**For citation**

Kuznetsova A.Yu. (2017) Yazykovye osobennosti publikatsii pridnestrovskikh SMI o Rossii [Linguistic features of the Transnistrian publications regarding Russia]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7 (2A), pp. 272-282.

**Keywords**

Russia, Transnistria, media of Transnistria, modern publicistic discourse, image of the state, stereotypes, ideologemes.

**References**

1. *17 sentyabrya v stolitse otmetyat 10-letie referenduma o nezavisimosti* [The capital celebrates the 10<sup>th</sup> anniversary of the referendum on independence on September 17]. Available at: <https://novostipmr.com/ru/news/16-09-08/17-sentyabrya-v-stolice-otmetyat-10-letie-referenduma-o> [Accessed 13/01/17].
2. Doroshenko L. (2008) My – russkie [We are Russians]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 258, pp. 2-3.

3. Kaminskii P.P. (2011) Printsipy issledovaniya publitsistiki na sovremennom etape [Principles of research journalism at the present stage]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Journalism], 62, pp. 97-105.
4. Khaletski V. (2010) Rossiya, vstavshaya s kolen [Russia, rising from the knees]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 4, pp. 2-3.
5. Lapkina V.V. (2004) *Poisk natsional'no-tsivilizatsionnoi identichnosti i kontsept "osobogo puti" v rossiiskom massovom soznanii v kontekste modernizatsii* [Search for national-civilization identity and the concept of a "special way" in the Russian mass consciousness in the context of modernization]. Moscow: Institute of World Economy and International Relations Publ.
6. Lyapun S.V. (2011) Gazetnaya publitsistika v paradigme lingvisticheskikh issledovaniy XXI v. [Newspaper publicism in the paradigm of linguistic studies of the 21<sup>st</sup> century]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2. Filologiya i iskusstvovedenie* [Herald of Adygeya State University. Series 2: Literature and art history], 1, pp. 109-115.
7. Makarenko T. (2012) Ostrovok nadezhdy [Island of hope]. *Dnestrovskaya Pravda* [Truth of Dniester], 340, pp. 2.
8. Mal'kova V.K. (2004) *Etnicheskie aspekty zhurnalistiki* [Ethnic aspects of journalism]. Moscow: AST Publ.
9. Martov S. (2010) Kurs na sblizhenie s Rossiei ostaetsya neizmennym [The course for rapprochement with Russia remains unchanged]. *Patriot* [Patriot], 45, p. 2.
10. Martov S. (2011) Ot razgovora – k delu [From discussion to action]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 68, pp. 2-3.
11. Mel'nichenko S. (2007) Na puti k miru [On the Way to Peace]. *Dnestrovskaya pravda* [Truth of Dniester], 73, p. 2.
12. Mel'nichenko S. (2007) Svetlaya ideya – byt' vmeste s Rossiei [The Bright Idea – to Be Together with Russia]. *Dnestrovskaya pravda* [Truth of Dniester], 43, p. 2.
13. Migulya S. (2008) Vladimir Putin: v nashem kharaktere – privychka pobezhdat' [Vladimir Putin: the habit of winning is in our character]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 17, pp. 2-3.
14. Oleinikov S.V. (2006) *SMI v protsesse sistemnoi transformatsii informatsionnogo prostranstva Pridnestrov'ya. Doct. Diss.* [Media in the process of systemic transformation of the Transnistria information space. Doct. Diss.]. St. Petersburg: Saint Petersburg State University Publ.
15. Ozhegov S.I. (2011) *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [The Dictionary of the Russian language]. Moscow: Oniks Publ.
16. Panin A. *Mozhete polozhit'sya na shirokie plechi Rossiiskoi Federatsii* [You can rely on the broad shoulders of the Russian Federation]. Available at: <http://pridnestrovie-daily.net/archives/12388> [Accessed 13/01/17].
17. Raspopova S.L. (2007) *Sredstva massovoi informatsii postsovetского polietnichnogo obshchestva: genesis, struktura, tipologiya (na primere SMI Pridnestrov'ya). Doct. Diss.* [Mass

media of the post-Soviet polyethnic society: genesis, structure, typology (on the example of the Transnistria media). Doct. Diss.]. Moscow: MSU Publ.

18. Smirnov I. (2010) Prochnye niti vzaimoponimaniya [Strong threads of mutual understanding]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 1, pp. 1-2.
19. Smirnov I. (2011) Edinaya tsel', splotivshaya vsekh nas [A single goal that united us all]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 97, pp. 2-3.
20. Smirnov I. (2011) Sozidatel'naya energiya [Creative energy]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 98, pp. 1-2.
21. Zaichenko S. (2009) Vse razygrano po notam [Everything went off without a hitch]. *Pridnestrov'e* [Transnistria], 7, pp. 2-3.