

УДК 811.112.2

Негативная презентация прошлого в германских и российских СМИ¹

Ребрина Лариса Николаевна

Доктор филологических наук, доцент,
кафедра немецкой и романской филологии,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: Reblora@mail.ru

Милованова Марина Васильевна

Доктор филологических наук, профессор,
кафедра русского языка и документалистики
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: milovanovamv05@yandex.ru

Publishing House "ANALITIKA RODIS" (info@publishing-vak.ru) http://publishing-vak.ru/

Аннотация

В статье излагаются результаты сопоставительного изучения тактик формирования негативного образа прошлого при реактуализации и реинтерпретации фрагментов коллективной памяти в СМИ Германии и России. Анализируемый материал объективирует аксиологическое измерение памяти. Амбивалентность оценок прошлого обусловливается условиями и потребностями актуальной ретроспекции. Этнокультурная специфика дискурсивных практик манифестации памяти, а также феномена воздействия в массовой коммуникации в указанном контексте остаются недостаточно изученными, что определяет актуальность данной работы. Коллективная память рассматривается как дискурсивно конструируемый феномен, существующий в социальном хронотопе, предполагающий комплекс действий социума по реконструкции прошлого. Формирование ценностного отношения к прошлому в СМИ предполагает реализацию тактик формально-логической и психологической аргументации и композиционных тактик. Композиционные тактики направлены на модификацию информационной структуры сообщения с целью создания маркированных позиций. Коммуникативное взаимодей-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект 15-04-00068 «Функционально-семантический потенциал глагольных коллокаций памяти при формировании образа прошлого в российских и германских СМИ».

ствие в исследуемых дискурсивных практиках характеризуется субъект-объектным отношением адресанта и адресата, носит манипулятивный характер, нацелено на изменение когнитивных и аксиологических установок последнего. По результатам анализа определяются общие и свойственные конкретной лингвокультуре закономерности дискурсивной реализации коллективной памяти, релевантные установки адресанта, тактики и языковые средства воссоздания негативной картины коллективного прошлого.

Для цитирования в научных исследованиях

Ребрина Л.Н., Милованова М.В. Негативная презентация прошлого в германских и российских СМИ // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 3А. С. 112-122.

Ключевые слова

СМИ, коллективная память, образ прошлого, тактики, адресант, адресат, воздействие.

Введение

Интерпретация коллективного прошлого – национально значимая задача общественной коммуникационной системы всякого государства, предполагающая целенаправленное конструирование исторических оценок для решения актуальных общественно-политических задач. При этом рост документированной памяти, тенденция к ее тривиализации и фетишизации обуславливают функционирование последней как противоречивой мозаики кооперирующих или конкурирующих фрагментарных смыслов. Реактуализация содержания коллективной памяти и формирование желаемого ценностного отношения к прошлому обуславливаются современными потребностями социума и могут быть направлены, например, на сохранение национальной консолидации, поддержание или критику существующего порядка и власти, традирование ценностей, что предполагает соответствующий спектр предъявляемых и транслируемых оценок и определенные установки адресанта. Значимость и сложность феномена памяти определяет сохраняющийся активный интерес к данной проблематике в рамках разных сфер знания. Учитывая семиотическую, социальную и коммуникативную природу памяти, лингвисты способны внести существенный вклад в осмысление памяти как дискурсивного конструкта. Исследовательская парадигма памяти в лингвистике весьма разнообразна и включает работы, посвященные изучению памяти как фрагмента языковой картины мира, денотата единиц номинации, компонента национальной концептосферы, проявления языковой личности и дискурса обозначенного объекта (памяти) или объекта соответствующего дискурса (Н.Г. Брагина, М.А. Дмитровская, Л.Н. Ребрина, О.Г. Ревзина, М.Г. Сабадашова, Н.В. Скоромыслова, В.В. Туровский, Е.В. Урысон, О.В. Шаталова, О.В. Щиленко, А. Keppler, A. Linke, H. Weinrich и мн. др.). Однако сопоставительные ис-

следования в данной области немногочисленны, этнокультурная специфика дискурсивных практик манифестации памяти, ее отдельных подсистем остается недостаточно изученной. Коллективная память как дискурсивный инструмент селективного менеджмента прошлого характеризуется определенным манипулятивным потенциалом, что привлекает внимание в рамках данного исследования к еще одному сложному и многомерному коммуникативному феномену, опосредующему институциональные реактуализации фрагментов коллективной памяти, – воздействию в массовой коммуникации, которое в контексте лингвистического изучения памяти также является мало исследованным. Названные факты обуславливают актуальность предпринятого исследования.

Методология исследования

Релевантным инструментом формирования ценностного отношения к прошлому посредством целенаправленной реактуализации и реинтерпретации фрагментов коллективной памяти [Ребрина, 2016] являются СМИ, играющие важную роль в формировании информационной, языковой культуры социума, представляющие собой «клишированный» способ социального контроля», средство информационного давления на индивида со стороны социального целого [Baer, 2001; Kitch, 2011].

Под коллективной памятью мы понимаем дискурсивно конструируемый феномен, существующий в социальном хронотопе, выполняющий реверсивную, селективную и интерпретативную функции, предполагающий комплекс действий социума по реконструкции прошлого, отличающийся релевантной стратагемно-тактической организацией [Кемеров, 1998; Милованова, Терентьева, 2016; Соколов, 2002; Shamne, Petrova, Rebrina, Milovanova, 2014].

Материалом исследования являются отобранные из корпуса DWDS [DWDS] и корпуса университета г. Лидс [LEEDS] контексты публикаций российских и германских СМИ, иллюстрирующие стратегию негативной презентации коллективного прошлого.

Коммуникативное взаимодействие в рамках исследуемых дискурсивных практик характеризуется субъект-объектным отношением адресанта и адресата и реализацией коммуникативного действия «управление», нацелено на изменение когнитивных и аксиологических установок адресата, снижение критичности его восприятия [Хасуева, 2011; Соколов, 2002].

Коммуникативные стратегии реализуются посредством аргументационных и композиционных тактик. Используемые типы аргументов коррелируют со способами воздействия: убеждением и внушением. Аргументирование осуществляется посредством апелляции к рациональной (тактики формально-логической аргументации, опирающиеся на фактические данные и логические приемы) или эмоциональной (тактики психологической аргументации, основывающиеся на использовании этических доводов, образов, стереотипов, индивидуального опыта адресата, идентификации) сферам адресата [Хазагеров, 2005]. Ком-

позиционные тактики направлены на модификацию информационной структуры сообщения с целью создания маркированных позиций с использованием разных схем выдвигания, акцентирующих определенное содержание и способствующих присвоению адресатом «упакованного» в данное содержание смысла. Схемы выдвигания предполагают целенаправленное сгущение или избегание изобразительных, выразительных языковых средств; использование повтора схожих элементов в аналогичных позициях сообщения; градацию лежащего в основе оценки признака; отступление от логической последовательности изложения и предъявление неожиданной информации, что противодействует автоматизму восприятия и нарушает ожидания [Вьюговская, 2012; Daft, 1986]. Целенаправленная диспозиция – эффективный способ воздействия на получателя сообщения, учитывающий механизмы человеческого восприятия, психофизиологические характеристики внимания, неравномерность распределения информации в сообщении.

В рамках исследуемой стратегии негативной презентации прошлого реинтерпретируемые ситуации, события и их участники и последствия представляются в критичном свете, инициируется разделение их отрицательной оценки. Фрагменты коллективного прошлого, предполагающие обязательное позитивное отношение, редуцируются или ретушируются. К релевантным установкам адресанта относятся поддержка каких-либо нововведений, укрепление позиций существующего строя, формирование позитивной картины настоящего, извлечение неприятных, но полезных уроков из прошлого опыта.

Результаты исследования

Выполненный анализ реактуализации фрагментов коллективной памяти в русско- и немецкоязычных дискурсивных практиках с целью формирования ценностного отношения к прошлому свидетельствует о наибольшей релевантности в германских СМИ негативной презентации прошлого (прим. 44% от всех отобранных контекстов; позитивная презентация – 20%), в отличие от российских СМИ, где позитивная и негативная презентация прошлого оказываются примерно одинаково частотными (42% и 39%). Деактуализация прошлого также в разной степени характерна для рассматриваемых лингвокультур (30% – в СМИ Германии; 19% – в СМИ России). Таким образом, в германских СМИ превалирует установка на переработку неприятных фрагментов прошлого, формирование и трансляцию массовому адресату позитивной картины настоящего, легитимацию современной власти. Количественные характеристики стратегий презентации прошлого в российских СМИ отражают большую амбивалентность оценок в данной лингвокультуре, свойственные для данного социума разнонаправленные действия при обращении к содержанию коллективной памяти: формирование позитивной национальной идентичности и консолидация нации или акцентирование положительного характера изменений по сравнению с прошлым и поддержания сегодняшнего порядка.

При негативной презентации прошлого в германских СМИ релевантными тактиками формально-логической аргументации являются апелляция к авторитету (прим. 17,1%) и апелляция к фактам (прим. 12,38%); из тактик психологической аргументации – апелляция к отрицательным образам и стереотипам (прим. 15,2%), апелляция к этническим этическим доводам (прим. 15,2%); среди композиционных тактик – насыщенное акцентирование (прим. 28,6%), контрастирующее обрамление (прим. 19,6%) и обман читательских ожиданий (15,2%). Наименее частотны, соответственно, в трех группах тактик – тактики логической аргументации (прим. 4,76%), признания вины (прим. 1,9%), рекуррентного акцентирования (прим. 10,9%).

В российских СМИ при формировании негативного ценностного отношения к прошлому наиболее релевантны из тактик формально-логической аргументации – тактика фактической аргументации (прим. 44,5%); психологической аргументации – тактики апелляции к отрицательному коллективному или индивидуальному опыту адресата (прим. 24,5%), идентификации с адресатом (прим. 22,5%), описания неприятных последствий (20,6%), апелляции к этническим этическим доводам (прим. 19,3%); среди композиционных тактик – тактики нарушения ожидания (27%), контрастирующего обрамления (17,3%), обратной аргументации (17,3%), рекуррентного аргументирования (15,4%). Наименее частотны в описываемых группах – тактики логической аргументации (прим. 4,76%); утверждения необходимости вытеснения прошлого (5,5%); концентрированного аргументирования (11,5%) и расширяющейся, последовательной аргументации (11,5%).

Проиллюстрируем примерами некоторые наиболее частотные тактики в исследуемых дискурсивных практиках.

В рамках частотной в российских и германских СМИ тактики фактической аргументации представляются доводы к очевидному: конкретные цифры, данные, существующие документы и другие объективные свидетельства, подкрепляющие транслируемый смысл. Релевантные языковые средства – топонимическая лексика, числительные, хронимы. Хронимы обозначают определенные временные отрезки, в которых локализованы какие-то значимые события, вычлняют и маркируют их как важные для лингвокультурной общности, как «слепки» истории и культуры народа, знаки его культурной и исторической памяти. Данная тактика может сопровождаться апелляцией к авторитету с целью повышения достоверности предъявляемых доводов, в результате чего происходит добровольное подчинение адресата компетенции другого лица (союзника адресанта). В качестве авторитетов могут выступать эксперты в соответствующей области (при усилении фактической аргументации) или непосредственные участники событий (как правило, при обращении к эмоциональной памяти). Релевантными средствами актуализации апелляции к авторитету являются лексемы, уточняющие характеристики авторитета, антропонимы. В приводимом ниже примере данная тактика используется для инициации разделения отрицательной оценки массового уничтожения нацистами евреев в Германии, странах-союзниках и на оккупированных

территориях. Представленный фрагмент насыщен датами, цифрами, названиями мест расположения «фабрик смерти»; центром сообщения является топоним Холокост; в качестве авторитета выступает немецкий историк, компетентный в данной области: *Mitte März 1942 begann in Belzec die unterschiedslose Ermordung aller Insassen von Deportationszügen. Diese Mordfabrik und die wenig später in „Betrieb“ gegangenen ähnlichen Vernichtungslager in Sobibór und Treblinka nennt der deutsche Historiker Stephan Lehnstaedt zu Recht den „Kern des Holocaust“.* ... Belzec war nur das erste der drei Lager der „Aktion Reinhardt“. Wirth übernahm nach der Fertigstellung von Sobibór und Treblinka als „Inspekteur“ die Leitung aller drei Mordfabriken. Knapp zwei Millionen Menschen wurden hier bis Herbst 1943 getötet – fast doppelt so viele wie insgesamt in Auschwitz-Birkenau, dass gewöhnlich symbolisch für das Gesamtverbrechen des Holocaust steht [WELT, 13.03.2017].

Тактика апелляции к этническим этическим доводам является релевантной для формирования негативного образа прошлого в исследуемых дискурсивных практиках двух стран. Продуцент сообщения в рамках названной тактики обращается к коллективному опыту, соотносит квалифицируемую ситуацию с объектами, вызывающими коллективное неприятие, порицание. Менталитет, как духовный склад и коллективные представления об окружающем мире, включает в себя разделяемые его представителями нравственные, морально-этические принципы, общие ценности. Адресант сообщения при реализации данной тактики занимает определенную этическую позицию. Релевантными языковыми средствами являются абстрактные существительные, называющие объекты и явления психической сферы, лексические единицы с отрицательной оценочной семантикой.

В представленном ниже контексте объектом нравственной рефлексии становится взаимоотношение церкви и советского государства, массовое уничтожение религиозных объектов после Октябрьской революции. Российская церковь до революции представляла собой могущественный общественный институт, который стал ненужным новой власти, желавшей построить абсолютно новый мир (по данным отчета обер-прокурора Святого синода за 1914 г. в 1914 году в Российской империи было более 54 тысяч православных храмов и 25 тысяч часовен, свыше тысячи монастырей; к 1987 году осталось 6893 храма и 15 монастырей). Автор апеллирует к общим ценностным представлениям: нельзя уничтожать свою историю, веру, разрушать культуру, забывать традиции и обычаи. Для экспликации своей этической позиции автор использует лексемы с противоположным оценочным содержанием и коннотациями (прекрасные, выдающийся, памятник древнерусской живописи / чудовищный, кровавый, неестественность, беспокойство, катастрофа): И когда смотришь на прекрасные фрагменты иконостаса XVI века в витрине музейной экспозиции и понимаешь, что этот «выдающийся памятник древнерусской живописи» был выломан когда-то из рядом стоящего храма, то начинаешь ощущать странное беспокойство и чудовищную неестественность сложившейся ситуации. Изменить ее уже невозможно – историческую справедливость не восстановишь. ... Но кровавую память о катастрофе 17-го года монастырско-музейные сте-

ны хранят надежно. К схожим этическим доводам (осуждение уничтожения рода, памяти) обращается автор для формирования негативной картины фрагмента прошлого в следующем далее контексте, используя для экспликации отрицательной оценки метафоры ломать родовую ветвь, прокатился каток и прилагательное с оценочной семантикой безжалостный: Их родовую ветвь по линии матери безжалостно ломали как раз здесь. Раскулачивали, ссылали предков, уничтожая следы и память. ... Совсем близко отсюда, на таких же черноземах, в те же годы и по нашему крестьянскому роду прокатился тот же самый каток.

В анализируемом далее примере адресат использует описываемую тактику для инициации негативной оценки перестройки, интерпретируя ее как практику нарушения моральных принципов (ложь) и сравнивая с состоянием помрачения рассудка (морок – «перен. затмение сознания, помрачение рассудка»). Спектр формируемой оценки задается также прилагательным пресловутый («перен., получивший отрицательную или сомнительную известность, славу (обычно с оттенком иронии)») и метафорой густой туман лжи: Да, мы не вправе забывать, как в пресловутую «перестройку» над нашей страной повис густой туман лжи. В последние годы наблюдается постепенное избавление от этого морока.

Следующей частотной тактикой при негативной презентации прошлого (как в германских, так и российских СМИ) является композиционная тактика контрастирующего контекстуального обрамления, в рамках которой адресант противопоставляет позитивный образ настоящего (или более раннего прошлого) квалифицируемым событиям, задавая спектр оценки фрагмента прошлого и иницируя разделение его негативной картины. Релевантными языковыми средствами являются оценочные единицы разных полюсов оценочной шкалы. Эффективность тактики обуславливается дублированием воздействия: в сообщении ценностное отношение формируется, во-первых, посредством интерпретации и квалификации образа прошлого, во-вторых, посредством противопоставления последнего картине настоящего. Например, в следующем контексте адресант предьявляет массовому адресату позитивную картину настоящего (Германия вновь стала единой и дружной со своими бывшими противниками на востоке и западе) и, противопоставляя ее прошлому, подводит получателя сообщения к желаемой оценке мрачного прошлого: *Fünfzig Jahre nach Kriegsende der große Schlußstrich unter einer grausigen Vergangenheit, Deutschland wieder eins und versöhnt mit allen ehemaligen Gegnern in Ost und West.*

Заключение

Исследованные дискурсивные практики объективируют аксиологическое измерение памяти как интерпретативного, интенционального и дискурсивного конструкта, амбивалентность оценок прошлого, обуславливаемую условиями и установками актуальной ретроспекции. Стратегия негативной репрезентации прошлого реализуются в германских и российских СМИ посредством аргументационных (формально-логических и психологиче-

ских) и композиционных тактик в рамках коммуникативного действия «управление». Наиболее частотным способом воздействия является обращение к психологической аргументации, эмоциональной сфере адресата, что отвечает манипулятивной природе воздействия в исследуемых дискурсивных практиках. Набор актуализирующих данную стратегию тактик в СМИ двух стран обнаруживает существенное сходство.

При формировании негативной картины прошлого в германских СМИ превалирует использование отрицательных образов и стереотипов, этических доводов, отрицательного индивидуального опыта адресата; наиболее релевантными средствами диспозиции при этом являются насыщенное акцентирование, контрастирующее обрамление, обман читательских ожиданий. Таким образом, при реализации соответствующей установки адресанта более важной оказывается последовательность и расширяющийся характер аргументирования, то есть превалирует ситуация, когда адресат, в целом, разделяет позицию адресанта, но необходимо укрепить доверие между ними.

Дискурсивная манифестация коллективной памяти в российских СМИ характеризуется большей амбивалентностью оценок прошлого, что сопряжено с широким распространением в российском обществе феномена двоемыслия. В аргументационной базе при предъявлении негативной картины фрагментов прошлого преобладают апелляция к отрицательному коллективному или индивидуальному опыту адресата и идентификация с адресатом. Релевантными композиционными тактиками являются нарушение ожидания, контрастирующее обрамление, обратная аргументация и рекуррентное аргументирование, то есть значимым для воплощения установок продуцента сообщения является стремление исходить из вероятной обратной позиции получателя сообщения / амбивалентной точки зрения на события прошлого и противодействовать автоматизму его восприятия. Данный факт предполагает дополнительные усилия адресанта по целенаправленной реинтерпретации содержания коллективной памяти. Например, в отличие от германских СМИ для отечественных СМИ более частотным является обращение к выстраиванию рекуррентных образов как эффективному средству психологического воздействия, а также обращение к индивидуальному опыту адресата и идентификация с адресатом. Адресанты в обеих лингвокультурах регулярно используют противопоставление. Высокая релевантность использования нарушения читательских ожиданий или обратной аргументации в российских СМИ также связана с исходной установкой на противодействие имеющейся у адресата позиции.

Библиография

1. Вьюговская Е. Схемы выдвижения в стандартизированном интервью // Телескоп: Журнал социологических и маркетинговых исследований. 2012. № 4. С. 40-45.
2. Кемеров В. Память коллективная // Философская энциклопедия Лондон, Франкфурт-на-Майне, Париж, Люксембург, Москва, Минск: «Панпринт». 1998. 1064 с.

3. Милованова М.В., Терентьева Е.В. Тактическая организация стратегии убеждения при формировании негативного образа прошлого в современных российских СМИ // Научный диалог. 2016. № 6 (54). С. 54-66.
4. Ребрина Л.Н. Тактическая организация внушения при формировании позитивного ценностного отношения к прошлому в германских СМИ // Современные исследования социальных проблем». 2016. №2. С. 140-155.
5. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 461 с.
6. Хасуева М.Х. Модель политической коммуникации и роль феномена суггестии в этой модели // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2011. № 3. С. 176-181.
7. Baer A. Consuming history and memory through mass media products // European Journal of Cultural Studies. 2001. Vol. 4. No. 4. Pp. 491-501.
8. Daft R. L. Organizational information requirements, media richness and structural design // Manag. Sci. 1986. 32. pp. 554-71.
9. Kitch C. Keeping history together: the role of social memory in the nature and functions of news // Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política. 2011. No. 10.
10. Shamne N., Petrova A., Rebrina L., Milovanova M. Phenomenon of Memory and Category of Space: Gnoseological and Communicative Status // XLinguae. European Scientific Language Journal. 2014. Vol. 7. Issue 3. pp. 32-49.

Negative presentation of the past in German and Russian media

Larisa N. Rebrina

Doctor of Philology, Associate Professor,
Department of German and Romance Philology,
Volgograd State University,
4200062, 100 Universitetskii av., Volgograd, Russian Federation;
e-mail: Reblora@mail.ru

Marina V. Milovanova

Doctor of Philology, Professor,
Department of Russian language and document science,
Volgograd State University,
4200062, 100 Universitetskii av., Volgograd, Russian Federation;
e-mail: milovanovamv05@yandex.ru

Abstract

The article presents the results of a comparative study of the tactics forming a negative image of the past used in the Russian and German media in the processes of reactualization and reinterpretation of collective memory fragments. The analyzed material demonstrates the axiological dimension of memory. The ambivalence of value relation of the past is determined by the conditions and needs of the actual retrospection. The ethnocultural specificity of the discursive practices of memory manifestation, as well as the phenomenon of influence in mass communication in this context remains insufficiently studied, and it determines the relevance of this work. Collective memory is considered to be a discursively constructed phenomenon, which exists in the social chronotope and presupposes series of steps of the society to reconstruct the past. Formation of the value attitude to the past in the media involves the implementation of tactics of formal-logical and psychological argumentation and compositional tactics. Compositional tactics are aimed at modifying the information structure of the message in order to create marked positions. Communicative interaction in the investigated discursive practices is characterized by the subject-object relationship of the addressee and the addressee, is manipulative, aimed at changing the cognitive and axiological attitudes of the addressee. Based on the results of the analysis, the common and specific for the studied linguocultures patterns of collective memory discursive realization, the relevant settings of the addressee, tactics and linguistic means for reconstructing the negative picture of the collective past are determined.

For citation

Rebrina L.N., Milovanova M.V. (2017) Negative presentation of the past in German and Russian media [Negativnaya prezentatsiya proshlogo v germanskikh i rossiyskikh SMI]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7 (3A), pp. 112-122.

Keywords

Media, collective memory, the image of the past, tactics, recipient, receiver, influence

References

1. Baer A. (2001) Consuming history and memory through mass media products. *European Journal of Cultural Studies*, 2001, 4, 4, pp. 491-501.
2. Daft R.L. (1986) Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, pp. 554-71.
3. Kemerov V. (1998) Pamyat kollektivnaya [Collective memory]. In: *Filosofskaya entsiklopediya* [Encyclopedia of philosophy]. Moscow: Panprint Publ.
4. Khasueva M. Kh. (2011) Model politicheskoy kommunikatsii i rol fenomena suggestii v etoy modeli [The model of political communication and the role of the phenomenon of suggestion

- in this model]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisti-cheskogo universiteta* [Bulletin of Pyatigorsk State Linguistic University], 3, 1, pp. 176-181.
5. Kitch C. (2011) *Keeping history together: the role of social memory in the nature and functions of news*. Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política.
 6. Milovanova M.V., Terentyeva Ye.V. (2016) Takticheskaya organizatsiya strategii ubezhdeniya pri formirovanii negativnogo obraza proshlogo v sovremennykh rossiyskikh SMI [Tactical Organization of Persuasion Strategy in Formation of Negative Image of the Past in Contemporary Russian Media]. *Nauchii dialog* [Scientific dialogue], 6 (54), pp. 54-66.
 7. Rebrina L.N. (2016) Takticheskaya organizatsiya vnusheniya pri formirovanii pozitivnogo cennostnogo otnosheniya k proshlomu v germanskikh SMI [Verbal suggestion tactics in the process of value relation formation to the past in the German mass media]. *Sovremennyye issledovaniya socialnykh problem* [Modern research of social problems], 2, pp. 140-155.
 8. Shamne N., Petrova A., Rebrina L., Milovanova M. Phenomenon of Memory and Category of Space: Gnoseological and Communicative Status. *XLinguae. European Scientific Language Journal*, 7, 3. pp. 32-49.
 9. Sokolov A.V. (2002) *Obshhaya teoriya socialnoy kommunikatsii*. [General theory of social communication] St. Petersburg: Mihaylova V.A. Publ.
 10. V'ugovskaya E., Rogozin, D., Ipatova, A. (2012) Skhemy vydvizheniya v standartizirovanom intervyyu [Extensions schemas in a standardized interview]. *Teleskop: Zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy* [Telescope: Journal of Sociological and Marketing Research], 4, pp. 40-45.