

Политическая лингвистика. 2024. № 4 (106).
Political Linguistics. 2024. No 4 (106).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38
ББК ШП41.12-51+ШП41.12-55

ГРНТИ 16.21.27, 16.21.33

Код ВАК 5.9.5

Ирина Валерьевна Канель

Московский государственный психолого-педагогический университет, Москва, Россия, qwarran@gmail.com, SPIN-код: 9235-7964, <https://orcid.org/0000-0002-1851-3045>

Эволюция медиаобраза денег от советской эпохи до наших дней: лингвоаксиологический ракурс

АННОТАЦИЯ. В данной научной статье рассматривается трансформация представлений о деньгах в медиадискурсе от советского периода до современности. Исследование строится на анализе изменений в языковых и оценочных категориях, отражающих культурные, экономические и идеологические сдвиги в российском социуме. В советское время деньги занимали своеобразное место в общественном сознании, их восприятие было связано с идеалами трудовой морали и коллективизма. Также зачастую деньги вызвали негативные ассоциации, выражая идеологические установки эпохи. С началом рыночных реформ в 1990-х годах (периода «перестройки») произошло значительное переосмысление роли денег и их репрезентации в медиадискурсе. Параллельно с формированием капиталистических устоев и рыночных отношений меняется и лингвистический портрет денег. Начинают преобладать положительные коннотации, подчеркивающие успех, личные достижения и потребительские возможности как новые ценности. Деньги же превратились в символ личной свободы и социальной значимости; при этом в сознании общественности сохранились определенные элементы традиционного мировоззрения. Статья акцентирует внимание на лингвоаксиологических аспектах, подчеркивая, как менялись ценностные ориентации российского общества под влиянием экономических и социальных преобразований.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, советские СМИ, российский СМИ, языковые средства, медиаобразы, деньги, советский период, российское общество, лингвоаксиология, ценностные оценки, историческая эволюция, русский язык.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Канель Ирина Валерьевна, аспирант, преподаватель кафедры «Лингводидактика и межкультурная коммуникация», Московский государственный психолого-педагогический университет, 123290, Россия, г. Москва, Шелепихинская набережная, 2А.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Канель, И. В. Эволюция медиаобраза денег от советской эпохи до наших дней: лингвоаксиологический ракурс / И. В. Канель. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 4 (106). — С. 268-273.

Irina V. Kanel'

Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia, qwarran@gmail.com, SPIN code: 9235-7964, <https://orcid.org/0000-0002-1851-3045>

Development of the Media Image of Money From the Soviet Times to Today: A Linguo-Axiological Perspective

ABSTRACT. This article explores the transformation of the attitude to money in media discourse from the Soviet period to the present. The study is based on analyzing the change in linguistic and evaluative categories reflecting cultural, economic and ideological shifts in the Russian society. In the Soviet times, money occupied a special place in the public consciousness, being linked to the ideals of labor morality and collectivism. Moreover, money often had negative associations that expressed the ideological outlook of the time. With the onset of market reforms in the 1990s (the 'perestroika' era), the role of money and its representation in media discourse were substantially rethought. As capitalist foundations and market relations emerge, the linguistic image of money changes. Positive connotations emphasizing success, personal achievement and consumption opportunities as new values become dominant. Money has become a symbol of personal freedom and social importance, while preserving certain elements of the traditional worldview in the public consciousness. The article focuses on linguo-axiological aspects, showing how the Russian society's values have changed as a result of economic and social transformations.

KEYWORDS: journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, Soviet media, Russian media, language means, media images, money, Soviet period, Russian society, linguoaxiology, value-based assessment, historical evolution, Russian language.

AUTHOR'S INFORMATION: Kanel' Irina Valer'evna, Post-Graduate Student, Lecturer of Department of Linguodidactics and Intercultural Communication, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia.

FOR CITATION: Kanel' I. V. (2024). Development of the Media Image of Money From the Soviet Times to Today: A Linguo-Axiological Perspective. In *Political Linguistics*. No 4 (106), pp. 268-273. (In Russ.).

Деньги являются неотъемлемым атрибутом любой современной цивилизации,

а также одним из важнейших культурных понятий, позволяющих категоризировать мир

© Канель И. В., 2024

сегодня, как утверждал известный лингвист и семиотик Юрий Сергеевич Степанов, относя их к ключевым константам русской лингвокультуры [Степанов 2004]. Человек, власть и деньги — триада неотделимых друг от друга ипостасей социальной реальности. В наши дни уже нельзя назвать деньги сугубо экономическим явлением — поскольку они напрямую влияют на формирование морали и образа жизни, на развитие личности, семейных систем и т. д. *«Общество, в котором власть и уважение основаны на обладании деньгами, всячески способствует превращению потребности во власти в потребность в обогащении»*, — отмечает Ольга Сергеевна Дейнека, профессор Санкт-Петербургского государственного университета, занимавшаяся изучением экономической психологии [Дейнека 1995].

Понимание того, как образ идеологемы «деньги» преломляется через медийные сообщения, позволяет лучше понять динамику ценностных ориентаций общества в разные исторические периоды. В советских и российских средствах массовой информации визуализация образа-концепта «деньги» развивалась в ответ на социально-политические изменения, отражая смену идеологий и ценностей диаметрально противоположных эпох — социалистической и капиталистической.

Цель настоящей статьи — исследовать лингвоаксиологическую идеологему «деньги» в советских средствах массовой информации и медиаресурсах современной России, представив комплексный анализ ее языковых проявлений и идеологических составляющих.

В советской прессе и других медийных источниках лингвоаксиологическая идеологема «деньги» практически всегда рассматривалась в контексте антагонистических отношений с капитализмом. Денежные отношения были преподносятся как одна из главных характеристик капиталистической экономики, пропитанной эксплуатацией граждан и человеческим эгоизмом. Идеологии, сформировавшие взгляды советского общества на деньги и в целом на экономическую сферу жизни, были глубоко укоренены в принципах социализма, которыми руководствовался Советский Союз в своей социально-экономической политике, — например, марксистско-ленинских.

Карл Маркс и Фридрих Энгельс в своем «Манифесте коммунистической партии» выделяли два противоборствующих класса — **буржуазию**, живущую за счет остального общества, и **пролетариат**, обладающий революционным потенциалом. *«Наша эпоха,*

эпоха буржуазии, отличается, однако, тем, что она упростила классовые противоречия, — пишут Маркс и Энгельс, — общество все более и более раскалывается на два большие враждебные лагеря, на два большие, стоящие друг против друга, класса — буржуазию и пролетариат» [Маркс, Энгельс: 29–30].

Капиталистическая экономическая модель активно критиковалась — как в период становления нового государственного строя в 1920-е годы, так и далее. Часто, с целью подчеркнуть особую роль КПСС в ходе социалистической перестройки, выдвигались довольно агрессивные идейные установки на конфликт между пролетариатом и представителями старорежимного общества (дворянами, помещиками, кулаками и т. д.):

«...Империалистическая буржуазия пытается использовать сохранившиеся еще пережитки капитализма в сознании части советских людей в своих классовых целях. Для успешного разрешения задач коммунистического строительства необходимо вести беспощадную борьбу с врагами советского народа, последовательную, повседневную борьбу с пережитками капитализма в сознании людей...» [Розенталь, Юдин 1955: 198].

Такого рода установки прослеживались во многих областях, в том числе в практике преподавания экономических дисциплин. Примером тому может служить следующее название одной из тем для исследований, предлагавшихся на экономическом факультете МГУ во время Семилетнего плана Никиты Сергеевича Хрущева (1959–1965): «Критика буржуазной политической экономики и борьба против ревизионизма экономической теории в современный период» («*Criticisms of Contemporary Bourgeois Political Economy and the Struggle with Revisionism of Economic Theory in the Contemporary Period*») [Brue, MacPhee 1995: 183; Blodgett, Schnitzer 1964: 4].

Лев Давидович Троцкий в своей работе «Преданная революция: что такое СССР и куда он идет» высказывается радикальнее, полагая, что при коммунизме вообще исчезнут как деньги, так и само государство. Деньги, считает Троцкий, должны исчезать еще в эпоху социализма — *«в коммунистическом обществе государство и деньги исчезнут. Постепенное отмирание их должно, следовательно, начаться уже при социализме»*.

«Советские деньги перестали быть деньгами; они не служат больше для измерения ценности; „устойчивые цены“ назначаются государственной властью; червонец является только условным ярлыком

планового хозяйства, то есть универсальной распределительной карточкой: словом, «социализм победил окончательно и бесповоротно», — отмечает он [Троцкий 2017], объясняя «афоризм» Сталина от января 1933 года.

Единство двух видов дискурса — политического и экономического — нельзя оспаривать; возникает так называемый **смешанный** дискурс [Мурадян 2020]. Регулятивная функция политической коммуникации, связанная с «внушением адресатам необходимости „политически правильных“ действий и/или оценок» [Паршина 2012], явно выражена в печатных органах советской эпохи. Доказательства этого факта (с лингвистической точки зрения) приведены ниже.

Немаловажную роль в становлении негативного отношения к деньгам сыграли средства массовой информации — например, газетные публикации.

Задача газетно-публицистического стиля (далее — ГПС) двуединна: первая его функция — *информационно-содержательная*, вторая — *воздействующая*. Из этого следует: специфика ГПС в том, что адресат должен быть проинформирован об общественно значимых фактах, а также в том, что газетные статьи с помощью лексико-стилистических средств должны вызвать у него определенное отношение к этим фактам, связанное с идеологией, главенствующей в социуме [Верещинская 2007].

Газеты советской эпохи (сталинской, хрущевской, брежневской) служили инструментом внешнеполитической пропаганды и, соответственно, формирования биполярной картины мира у читателей: в посвященных западным странам капитализма статьях они описывались как жестокий мир, где жизнь простых граждан — это постоянная борьба за свои права (на жизнь, на свободу, на социальные гарантии) и противоречия, нередко инициированные антинародной деятельностью руководства — как политического, так и экономического [Каменская, Трофимов 2012]. Причем это отражалось и в названиях рубрик — «На фронтах классовых сражений» / ...«национально-освободительной борьбы» и т.д.

Вообще лексема «капитализм» в советских словарях [Ожегов 1953] толковалась как «*общественно буржуазный строй, основанный на эксплуатации*» — слова *капитализм*, *эксплуатация* и *буржуазия* стали основными маркерами ценностных доминант советской картины мира и практически не употреблялись отдельно друг от друга.

Также использовалась экспрессивно окрашенная лексика:

- «Капиталистическое „благоденствие“» — слово *благоденствие* в переносном смысле.

- «Пух и прах» — усечение фразеологизма *в пух и прах*, имеющего как положительное (*разодеться в пух и прах — дорого, роскошно*), так и отрицательное (*разбить / раскритиковать в пух и прах — наголо, вчистую*) значения. В данном контексте слова *пух* и *прах* имеют выраженную негативную коннотацию.

Приведем еще один ярчайший пример: «Капитализм — это нищета, бесправие и война» — название рубрики газеты «Труд» от 1 апреля 1953 года, в которой собраны статьи на данную тему:

- «Мы медленно умираем»
- Очередь безработных за кружкой хлеба
- Пушки вместо масла
- Нищенская жизнь
- Во имя гонки вооружений
- Без надежды...
- Цены неудержимо растут
- Впроголодь...
- Нахлебники-капиталисты
- Результат подготовки к войне. Едва сводят концы с концами
- Все дорожает
- На голодном пайке

Другая, противоположная ей по содержанию, рубрика этого же номера называется «Социализм — это радостная, счастливая жизнь». В этот день, 1 апреля 1953 года, в СССР произошло снижение цен почти на все товары массового потребления, и во многих газетах печатались благодарности.

«*Таких записей* [в книге отзывов фабрики-кухни № 4 Ленинградского района] *много*, — написано в заметке «От всего сердца» из той же газеты «Труд» за 2 апреля 1953 года, — *и в каждой из них выражены чувства горячей благодарности Коммунистической партии и Советскому правительству за неустанную заботу об удовлетворении растущих запросов трудящихся*».

Следует отметить, что в советской прессе также присутствовали образы положительного значения, связанные с деньгами. Это, например, включало в себя описание рабочих и колхозников, достигающих успеха в труде и получающих материальное вознаграждение: нельзя говорить о том, что тема награды за труд считалась неуместной для того, чтобы выражаться в средствах массовой информации. Ведь основным принципом социализма является лозунг «От каждого по его способности, каждому — по его труду», напрямую процитированный в Конституции СССР, утвержденной VIII съездом Советов 5 декабря 1936 года (глава 1, статья 12).

Деньги изображались как инструмент для претворения в жизнь социалистических идеалов, обеспечения справедливого распределения ресурсов — например, Татьяна Викторовна Дубровская, взяв за основу своего исследования корпус статей из детского журнала «Пионер», дает следующее определение денег в советскую эпоху: *«средство удовлетворения коллективных потребностей, ресурс для помощи семье и окружающим»* [Дубровская 2023: 30]. Так, на заработанные пионерами за выполнение каких-либо действий деньги покупались подарки либо нуждающимся, либо детям; также эта выручка шла на какое-то полезное дело для школы, лагеря и т. д. Язык, использовавшийся в медиатекстах, подчеркивал стремление к солидарности общества, общинной собственности и перераспределению богатства в пользу широких слоев населения.

Однако все-таки доминировал контекст, в котором идеологический настрой на борьбу с капитализмом формировал критическое отношение к деньгам и экономическим аспектам капиталистической системы.

Эпоха распада СССР, то есть 90-е годы XX века, вызвала значительные социально-экономические преобразования, следствием которых стали сдвиги в сознании носителей русского языка. Именно после демократизации российского социума и капитализации экономики изменения коннотативного значения стали частью фундаментальных семантических модификаций [Rajewsky 2000: 21]. В этом нет ничего удивительного, поскольку идеология отражается в семантике, являясь системой ценностных установок общества, закрепленных официальной государственной властью [Семенец 2019].

Среди граждан радикально изменилось отношение к деньгам, комфорту и достатку, что показали результаты проведенных в 1990 и 1994 гг. социологических опросов россиян — позиции «потребительский/рациональный конформизм» и «властолюбивый эгоизм» одобрялись, а суждение «жить как все», наоборот, отрицалось [Лапин 1996].

Несмотря на это, стремление к комфортной жизни и накоплению благосостояния стало складываться еще в период 1980-х годов — так, Анна Сергеевна Столетова, доцент Вологодского государственного университета, приводит пример о том, что, по мнению советских жителей, у всех должны быть такие блага, как личный автомобиль, квартира и

телефон [Столетова 2020]. В 1960-е годы, напротив, люди осуждали имеющих все это: *«...в других частях города, где можно было построить дома, у нас красуются индивидуальные гаражи...»*¹.

Эта новая философия не менее ярко проявилась и в информационном пространстве. Ресурсы массмедиа наряду с постмодернистским «новым дидактизмом» культивируют «монетаристскую ментальность» — мышление становится экономически рациональным, деифицируется идея чисел и денег (ведь монетаристы считают, что количество денег в обращении является определяющим фактором развития экономики). Постмодернистский хаосмос² в основе своей имеет коммерческий аспект культуры, «реальность денег», пишет Илья Петрович Ильин, обращаясь к работам французского философа Жана-Франсуа Лиотара [Ильин 1998]. По словам Президента Российской академии телевидения Владимира Познера, *«коммерческое телевидение есть, прежде всего, не часть культуры, не часть режима, а бизнес; нравится это или не нравится, но это так»* — и его точка зрения диаметрально противоположна советской. Медиа выполняли чисто идеологическую функцию, о чем было сказано раньше, и являлись как раз таки «частью режима» и сугубо государственным органом.

В итоге сложилось так, что в современном мире деньги стали признаком социальной значимости — ценна не потенциальная реализация человека как личности, а сам факт обладания материальными средствами [Кортунов 1997]. Современное информационное пространство, включая и средства массовой коммуникации, сформировало новые ценностные установки с акцентом на экономическую рациональность и, как мы уже сказали, значимость денег. К тому же и уровень финансовой грамотности социума в целом стал выше, утверждает Анатолий Прокопьевич Чудинов, доктор филологических наук и автор огромного количества работ в области политической лингвистики, в связи с этим в постсоветских медиа наметилась тенденция к более широкому использованию языковых средств репрезентации экономических концептов [Чудинов 2001].

Однако тенденция к удовлетворению исключительно своих потребностей приводит к весьма неблагоприятным последствиям, полагал немецкий философ и социальный психолог Эрих Фромм. *«Других, как и самого*

¹ РГАНИ, ф. 100, оп. 5, д. 1, лл. 15—15 об.

² Постмодернисты считают, что мир аморфен, его гармония нарушена, реальность пуста и бездуховна, а индивид — лишь некая фикция безличности. В мире торжествуют суррогаты и фетиши «масскульты».

себя, воспринимаешь как товар; они тоже представляют не себя, а ту свою часть, какая идет на продажу» [Фромм 2006]. Мария Сергеевна Асташина, молодая исследовательница рекламных текстов, анализируя философию Эриха Фромма в аспекте изучения рекламы (которую в каком-то роде тоже можно отнести к сфере массмедиа), делает вывод о том, что экзистенциальный кризис человечества в современную эпоху обусловлен сосредоточением на приобретении материальных благ [Асташина 2024: 12].

Эволюция образа денег в медиадискурсе от советской эпохи до наших дней представляет собой значительный пласт социально-экономической и культурной трансформации российского общества. В советскую эпоху лингвоаксиологическая идеологема «деньги» вызывала преимущественно негативные ассоциации, будучи символом капиталистической эксплуатации и эгоизма. Основной акцент в медийных сообщениях тех лет делался на идеалы коллективизма, социального равенства и пролетарской морали, что подтверждалось активным использованием лексем и фразеологизмов с ярко выраженной идеологической окраской.

С распадом СССР и переходом к рыночной экономике в 1990-х годах произошло кардинальное переосмысление роли денег в общественном сознании. Медийные образы начали отражать новые ценности, связанные с личными достижениями, материальным успехом и экономической рациональностью. В результате изучения эволюции образа денег в средствах массовой информации становится очевидным, что язык медиа не только отражает, но и формирует ценностные ориентации общества.

ИСТОЧНИКИ

1. Ожегов, С. И. (сост.). Словарь русского языка / С. И. Ожегов. — Москва : Госуд. изд-во иностранных и национальных словарей, 1953. — 846 с. — Текст : непосредственный.
2. Розенталь, М. М. Краткий философский словарь / М. М. Розенталь, П. Ф. Юдин. — Москва : ГИПЛ, 1955. — 558 с. — Текст : непосредственный.
3. Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. — Москва : Академический проект, 2004. — 992 с. — Текст : непосредственный.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Асташина, М. С. Лексико-стилистический анализ рекламных текстов через призму философии Эриха Фромма («Иметь или Быть?») (на примере постов из официального телеграмм-канала «Росмолодежь») / М. С. Асташина. — Текст : непосредственный // Язык и текст. — 2024. — Т. 11. — № 1. — С. 5–16. — DOI: 10.17759/langt.2024110101.
2. Верещинская, Ю. В. Заголовки газетных статей в аспекте медиалингвистики (на материале испанского языка) / Ю. В. Верещинская. — Текст : непосредственный // Филологические науки в МГИМО : сборник научных трудов. — 2007. — № 28 (43). — С. 17–25.
3. Дейнека, О. С. Психологический портрет молодого российского предпринимателя / О. С. Дейнека. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы психологической

теории и практики / под ред. А. А. Крылова. — Санкт-Петербург : [б. и.], 1995. — С. 124–130.

4. Дубровская, Т. В. Модель советской трудовой деятельности: лексическое наполнение и репрезентации (на материале корпуса текстов детского журнала «Пионер» 1970–1980-х гг.) / Т. В. Дубровская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2023. — № 5 (101). — С. 21–32.
5. Ильин, И. П. Постмодернизм: от истоков до конца столетия / И. П. Ильин. — Москва : Интрада, 1998. — 255 с. — Текст : непосредственный.
6. Каменская, Е. В. Советская пресса «Брежневской эпохи» как инструмент формирования биполярной картины мира / Е. В. Каменская, А. В. Трофимов. — Текст : непосредственный // Journal of new economy. — 2012. — № 5 (43). — С. 115–121.
7. Кортунов, В. В. Философия денег / В. В. Кортунов. — Москва : Моск. общ. научный фонд, 1997. — 173 с. — Текст : непосредственный.
8. Лапин, Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян / Н. И. Лапин. — Текст : непосредственный // Социологические исследования. — 1996. — № 5. — С. 3.
9. Лапин, Н. И. Проблема социокультурной реформации в России: тенденции и препятствия / Н. И. Лапин. — Текст : непосредственный // Вопросы философии. — 1996. — № 5. — С. 22.
10. Маркс, К. Манифест коммунистической партии / К. Маркс, Ф. Энгельс ; пер. с англ. А. Мороз. — Москва : Common place, 2013. — 70 с. — Текст : непосредственный.
11. Мурадян, А. А. Политический дискурс сквозь призму литературных цитаций / А. А. Мурадян. — Текст : непосредственный // Язык и текст. — 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 99–106. — DOI: 10.17759/langt.2020070408.
12. Паршина, О. И. Российская политическая речь: теория и практика / О. И. Паршина. — Москва : ЛИБРОКОМ, 2012. — 232 с. — Текст : непосредственный.
13. Семенец, О. П. Радикальные экономические изменения России XX века в зеркале лексики / О. П. Семенец. — Текст : непосредственный // Terra Economicus. — 2019. — № 17 (2). — С. 176–189. — DOI: 10.23683/2073-6606-2019-17-2-176-189.
14. Столетова, А. С. Материальное положение советских граждан в зеркале общественного мнения 1960–1980-х годов (по данным писем в центральные органы власти и СМИ) / А. С. Столетова. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2020. — № 3. — С. 402–422. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-3-402-422.
15. Троцкий, Л. Д. Преданная революция: что такое СССР и куда он идет / Л. Д. Троцкий. — Москва : Т8, 2017. — 172 с. — Текст : непосредственный.
16. Фромм, Э. Бегство от свободы. Человек для себя / Э. Фромм. — Москва : АСТ, 2006. — 574 с. — Текст : непосредственный.
17. Чудинов, А. П. Финансовая метафора в современной политической речи / А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Известия Уральского государственного педагогического университета. Лингвистика. — 2001. — № 7. — С. 15–23.
18. Blodgett, R. H. Soviet teaching and research in economics / R. H. Blodgett, M. Schnitzer. — Text : unmediated // Studies in Comparative Education. — 1964. — Vol. 2. — 28 p.
19. Brue, S. L. From Marx to markets: Reform of the university economics curriculum in Russia / S. L. Brue, C. R. MacPhee. — Text : unmediated // The Journal of Economic Education. — 1995. — № 26 (2). — P. 182–194.
20. Rajewsky, A. Changes in the Russian terminology of economic law since Perestroika / A. Rajewsky. — München : Verlag Otto Sagner, 2000. — 208 p. — Text : unmediated.

MATERIALS

1. Ozhegov, S.I. (1953). *Slovar russkogo yazyka* [Russian language dictionary]. Moscow: Gosud. izd-vo inostrannykh i natsionalnykh slovarey, 846 p. (In Russ.)
2. Rozental, M.M., & Yudin, P.F. (1955). *Kratkiy filosofskiy slovar* [Concise philosophical dictionary]. Moscow: GIPL, 558 p. (In Russ.)
3. Stepanov, Yu.S. (2004). *Konstanty: Slovar russkoy kultury* [Constants: Dictionary of Russian culture]. Moscow: Akademicheskii proyekt, 992 p. (In Russ.)

REFERENCES

1. Astashina, M.S. (2024). Leksiko-stilisticheskiy analiz reklamnykh tekstov cherez prizmu filosofii Erikha Fromma («Imet ili Byt?») (na primere postov iz ofitsialnogo telegram-kanala «Rosmolodezh») [Lexical and stylistic analysis of advertising texts through the Erich Fromm's philosophy ("to have or to be?") (on the example of posts published in the official Telegram channel of Federal Agency for Youth Affairs ("Rosmolodezh"))]. *Yazyk i tekst*, 11(1), 5–16. DOI: 10.17759/langt.2024.110101 (In Russ.)
2. Vereshchinskaya, Yu.V. (2007). Zagolovki gazetnykh statey v aspekte medialingvistiki (na materiale ispanskogo yazyka) [Newspaper headlines in the aspect of media linguistics (on the material of the Spanish language)]. In *Filologicheskiye nauki v MGIMO* (collection of scientific works, 28, Iss. 43, pp. 17–25). (In Russ.)
3. Deyneka, O.S. (1995). Psikhologicheskiy portret molodogo rossiyskogo predprinimatel'ya [Psychological portrait of a young Russian businessman]. In A.A. Krylov (Ed.), *Aktualnyye problemy psikhologicheskoy teorii i praktiki* (pp. 124–130). Saint Petersburg. (In Russ.)
4. Dubrovskaya, T.V. (2023). Model sovetskoy trudovoy deyatelnosti: leksicheskoye napolneniye i reprezentatsii (na materiale korpusa tekstov detskogo zhurnala «Pioner» 1970-1980-kh gg.) [The model of Soviet labor: lexical resources and representations (based on the corpus of the children's magazine 'Pioneer' of the 1970s-1980s)]. *Politicheskaya lingvistika*, 5(101), 21–32. (In Russ.)
5. Ilin, I.P. (1998). *Postmodernizm: ot istokov do kontsa stolyetiya* [Postmodernism: from origins to the end of the century]. Moscow: Intrada, 255 p. (In Russ.)
6. Kamenskaya, E.V., & Trofimov, A.V. (2012). Sovetskaya pressa «Brezhnevskoy epokhi» kak instrument formirovaniya bipolyarnoy kartiny mira [The Soviet press of the 'Brezhnev era' as a tool for forming a bipolar picture of the world]. *Journal of new economy*, 5(43), 115–121. (In Russ.)
7. Kortunov, V.V. (1997). *Filosofiya deneg* [Philosophy of money]. Moscow: Mosk. obshch. nauchnyy fond, 173 p. (In Russ.)
8. Lapin, N.I. (1996). Modernizatsiya bazovykh tsennostey rossiyan [Modernization of Russians' core values]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 5, 3. (In Russ.)
9. Lapin, N.I. (1996). Problema sotsiokulturnoy reformatsii v Rossii: tendentsii i prep'yatstviya [The problem of socio-cultural reformation in Russia: trends and obstacles]. *Voprosy filosofii*, 5, 22. (In Russ.)
10. Marks, K., & Engels, F. (2013). *Manifest kommunisticheskoy partii* [The Communist party manifesto] (Translated from English A. Moroz). Moscow: Common place, 70 p. (In Russ.)
11. Muradyan, A.A. (2020). Politicheskii diskurs skvoz prizmu literaturnykh tsitatsiy [Political discourse through literary quotations]. In *Yazyk i tekst*, 7. (Iss. 4), 99–106. DOI: 10.17759/langt.2020070408 (In Russ.)
12. Parshina, O.I. (2012). *Rossiyskaya politicheskaya rech: teoriya i praktika* [Russian political speech: theory and practice]. Moscow: Knizhnyy dom «LIBROKOM», 232 p. (In Russ.)
13. Semenets, O.P. (2019). Radikalnyye ekonomicheskiye izmeneniya Rossii XX veka v zerkale leksiki [Radical economic changes in Russia of the twentieth century in the mirror of vocabulary]. *Terra Economicus*, 17(2), 176–189. DOI: 10.23683/2073-6606-2019-17-2-176-189 (In Russ.)
14. Stoletova, A.S. (2020). Materialnoye polozheniye sovet-skikh grazhdan v zerkale obshchestvennogo mneniya 1960 — 1980-kh godov (po dannym pisem v tsentralnyye organy vlasti i SMD) [Financial situation of Soviet citizens in the mirror of public opinion of 1960 — 1980s (according to letters to the central authorities and the media)]. *Nauchnyy dialog*, 3, 402–422. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-3-402-422 (In Russ.)
15. Trotskiy, L.D. (2017). *Predannaya revolyutsiya: chto takoye SSSR i kuda on idet* [The revolution betrayed: what is the Soviet Union and where is it going]. Moscow: T8, 172 p. (In Russ.)
16. Fromm, E. (2006). *Begstvo ot svobody. Chelovek dlya sebya* [Escape from freedom. Man for himself]. Moscow: AST, 574 p. (In Russ.)
17. Chudinov, A.P. (2001). Finansovaya metafora v sovremennoy politicheskoy rechi [Financial metaphor in modern political speech]. *Izvestiya Uralskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Lingvistika*, 7, 15–23. (In Russ.)
18. Blodgett, R.H., Schnitzer, M. (1964). Soviet teaching and research in economics. *Studies in Comparative Education*, 2, 28 p.
19. Brue, S.L., & MacPhee, C.R. (1995). From Marx to markets: Reform of the university economics curriculum in Russia. *The Journal of Economic Education*, 26(2), 182–194.
20. Rajewsky, A. (2000). *Changes in the Russian terminology of economic law since Perestroika*. München: Verlag Otto Sagner, 208 p.