



Оригинальная статья

Новые форматы интеракции между автором и читателем как параметр лингвокреативности (на материале комиксов «Человек-паук», «Невероятный Халк» и «Сорвиголо»)»

Энгель Елена Александровна

Тюменский индустриальный университет, Россия, г. Тюмень

<https://orcid.org/0000-0003-4472-6922>engelkind@mail.ru

Петрова Варвара Александровна

Тюменский индустриальный университет, Россия, г. Тюмень

Поступила в редакцию 21.01.2022. Принята после рецензирования 15.03.2022. Принята в печать 04.04.2022.

Аннотация: Современные тенденции в исследовании лингвокреативности сводятся к тому, что текст представляет собой продукт и результат творческой деятельности автора, использующего языковые инновации и лингвокреативные средства в основном на лексическом уровне. Однако лингвокреативность может проявляться на любом из языковых уровней. Предмет исследования – проявление лингвокреативности на коммуникативно-дискурсивном уровне. Цель – определить и описать форматы интеракции между автором и читателем в тексте комикса, которые выступают параметром лингвокреативности на коммуникативно-дискурсивном уровне. На материале американских комиксов «Человек-паук», «Невероятный Халк» и «Сорвиголо» 1960–1980-х гг. обнаруживается традиционная интеракция рассказчик – читатель / слушатель, когда авторы комментируют, описывают и делятся с читателями актуальными событиями, происходящими в стране и мире, представляют подробную информацию о функционировании устройств и приборов, используемых героями. Новыми, оригинальными и креативными форматами взаимодействия автора и читателя становятся форматы *мы (создатели) – ты (читатель)* и *мы (создатели и читатели)*. При формате *мы (создатели) – ты (читатель)* авторы делятся своим мнением о завершении номера, кратко представляют содержание последующего номера, в шуточной форме выражают свое восхищение проделанной работой и героями, а также открыто общаются с читателями посредством писем в редакцию. Формат *мы (создатели и читатели)* выражается в совместном участии авторов и читателей в событиях и действиях в комиксе. Данные форматы появляются под влиянием временных, культурных, социальных, экономических и политических факторов и опосредованы дискурсивными практиками ротации, распространения, аппроксимации, сближения и другими.

Ключевые слова: лингвокреативность, креативный текст, комиксы, коммуникативно-дискурсивный уровень, взаимодействие автора и читателя, форматы интеракции в комиксе, дискурсивные практики, дискурсивная практика сближения, дискурсивная практика самопрезентации

Цитирование: Энгель Е. А., Петрова В. А. Новые форматы интеракции между автором и читателем как параметр лингвокреативности (на материале комиксов «Человек-паук», «Невероятный Халк» и «Сорвиголо»). *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2022. Т. 24. № 2. С. 273–282. <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2022-24-2-273-282>

Full article

New Formats of Interaction Between the Author and the Reader as a Parameter of Linguistic Creativity in *Spider-Man*, *The Incredible Hulk*, and *Daredevil* Comic Books

Elena A. Engel

Industrial University of Tyumen, Russia, Tyumen

<https://orcid.org/0000-0003-4472-6922>engelkind@mail.ru

Varvara A. Petrova

Industrial University of Tyumen, Russia, Tyumen

Received 21 Jan 2022. Accepted after peer review 15 Mar 2022. Accepted for publication 4 Apr 2022.

Abstract: According to linguistic creativity studies, the text is a product of creative activity of the author, who uses linguistic innovations and creative means mainly at the lexical level. However, linguistic creativity can manifest itself at any linguistic level. The present research featured the manifestation of linguistic creativity at the level of communication and discourse. The paper describes the formats of interaction between the author and the reader in the text of a comic book, which acts as a parameter of linguistic creativity on the communicative and discursive level. American comic books about Spider-Man,

Hulk, and Daredevil (1960s–1980s) contain the traditional *narrator – reader / listener* interaction when the author comments on the real events and gives detailed information about the devices and appliances used by the characters. New creative formats include *we (creators) – you (reader)* and *we (creators and readers)*. In the *we (creators) – you (reader)* format, authors share their opinions on the current comic book, publish teasers about the next issue, congratulate themselves and the personages on the work done, and openly communicate with readers through letters to the editorial office. The *we (creators and readers)* format presupposes a joint participation of authors and readers in the story. These formats emerge under the influence of temporal, cultural, social, economic, and political factors and are mediated by the discursive practices of rotation, dissemination, approximation, convergence, etc.

Keywords: linguistic creativity, creative text, comics, communicative and discursive level, author – reader interaction, formats of interaction in comic books, discursive practices, discursive practice of convergence, discursive practice of self-presentation

Citation: Engel E. A., Petrova V. A. New Formats of Interaction Between the Author and the Reader as a Parameter of Linguistic Creativity in *Spider-Man*, *The Incredible Hulk*, and *Daredevil* Comic Books. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2022, 24(2): 273–282. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2022-24-2-273-282>

Введение

В современной лингвистической науке наблюдается тенденция исследования лингвокреативности [1–11]. Ученые рассматривают текст с различных сторон и видят в нем специфичное проявление (лингво)креативности, отмечают, что художественные тексты по своей природе являются наиболее креативными, т. е. представляют собой продукт творческой деятельности автора, который благодаря своему лингвокреативному мышлению (Б. А. Серебренников), воображению, жизненному опыту и знаниям выстраивает содержание текста креативным способом, обращаясь к необычному замыслу, новому оригинальному сюжету, нетипичному герою и т. д.

Для реализации этой цели в тексте чаще всего имплицитно применяются различные лингвистические креативные средства: языковая игра [12–14], каламбур [15], окказионализмы [16], метафора [11; 17–19], парадокс [20], антитеза [21; 22], мерфизмы [23] и др. Такие тексты связаны с текстуальными и лингвистическими нарушениями и направлены на реализацию в первую очередь эстетической функции – доставить удовольствие читателю и развлечь его во время прочтения текста. Однако помимо нее активизируются и другие функции – информативная, апеллятивная (побудительная), функция возложения, контактная (по К. Бринкеру).

Следует согласиться с мнением В. П. Коровушкина и Дж. О. Фалоджу, что *лингвокреативность* как «творческая двусторонняя способность носителя соответствующего языка создавать из заложенных в этом и других известных ему языках материальных средств и конструктивных механизмов новообразования» [24, с. 32] проявляется на любом языковом уровне (фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, дискурсивном), но наиболее ярко и чаще она проявляется на лексическом уровне. На современном этапе развития лингвистики нет четкого определения конкретных системных параметров (лингво)креативности на каждом из языковых уровней. Использование в лингвистике выделенных психологом

Дж. Гилфордом параметров креативности (оригинальность, семантическая гибкость, семантическая спонтанная гибкость, образная адаптивная гибкость) вызывает дискуссии среди лингвистов.

Цель данной статьи – определить и описать форматы интеракции между автором и читателем, которые выступают параметром лингвокреативности на коммуникативно-дискурсивном уровне. Объект – лингвокреативность. Предмет – параметры лингвокреативности на коммуникативно-дискурсивном уровне. Многообразие определений дискурса, предложенных А. Греймасом, Т. ван Дейком, М. Фуко, Ю. Хабермасом, З. Харрисом, Н. Д. Арутюновой, И. Р. Гальпериным, В. И. Карасиком и другими учеными, говорит о сложности данного явления и различных подходах в его изучении. В нашем исследовании используется коммуникативно-дискурсивный подход к дискурсу как тексту в контексте и как событию, отображающему социальное взаимодействие людей [25 с. 11]. Обращение к такому параметру лингвокреативности обусловлено тем, что комикс, как и любой текст в целом, представляет собой источник и результат коммуникации, взаимодействия и взаимодействия автора и читателя. В. П. Коровушкин и Дж. О. Фалоджу также пишут о проявлении креативности в виде лингвистических «инноваций в процессе интеракции-коммуникации для построения социально-корректного высказывания» [24, с. 33]. В этом случае дискурс представляет собой социальную коммуникацию и социальную практику, позволяющую не только обнаружить диалектическую взаимосвязь между определенными дискурсивными событиями и ситуациями [26, с. 48], представленными в конкретном тексте комикса, но и выявить с помощью языковых форм разной природы личностные и социальные характеристики коммуникантов [27, с. 164].

В процессе коммуникации, возникающей между автором и читателем в тексте на основе поставленных целей, формируются определенные *дискурсивные практики*,

под которыми понимается «некая предрасположенность вести себя сходным образом в широком диапазоне ситуаций, появляющиеся под влиянием временных, культурных, социальных, экономических и политических факторов»¹. В современной дискурсивной теории они являются «распознаваемыми речемыслительными типами деятельности, реализующими цели дискурса»², и причисляются к одной из базисных категорий дискурса [28, с. 9]. Стоит отметить, что каждая из видов практик связана с коммуникативным поведением, реализуемым в определенной сфере (в политике, медицине, медиа, спорте и т. д.), и может изменяться в процессе своего развития в силу репродуктивного характера [27, с. 181]. Поэтому тот или иной текст характеризуется своим набором дискурсивных практик.

Методы и материалы

Для выявления и исследования оригинальных коммуникативно-дискурсивных **форматов интеракции** (англ. *interaction*) **между автором и читателем** используется дискурсивный анализ, являющийся частью филологического анализа (по Н. С. Болотновой). Исследование креативности базируется на анализе и выявлении дискурсивных практик, определении коммуникативных ролей авторов и читателей на основе языкового и контекстуального содержания текста комикса, а также установлении новых форматов интеракции **автор – читатель**.

В качестве материала исследования выступают комиксы «Человек-Паук», «Сорвиголова» и «Невероятный Халк» издательства Marvel, пользовавшиеся популярностью у читателей в 1960–1980-х гг. Общий объем проанализированного материала составляет 900 страниц, общий объем выборки включает 1200 языковых единиц.

Исходя из личных, социальных или политических мотивов, авторы указанных комиксов закладывают в содержание текста свое субъективное видение определенного явления или ситуации, происходящих в конкретный жизненный период или историческую эпоху, делятся этим с читателями непосредственно в данном тексте и ожидают от читателя его правильного восприятия и понимания, опосредованных культурным контекстом³, личным опытом и социальным поведением. Это традиционный формат коммуникации между ними. Однако текст становится креативным в силу того, что в нем появляются новые форматы интеракции, обусловленные изменением мира, дискурсивных практик, возникающих как отклонение от принятых норм и правил, действующих в определенный период.

Результаты

В художественном тексте комикса интеракция между автором и читателем как двумя субъектами может быть скрытой или открытой. Скрытая интеракция возникает в том случае, если читатель полностью зависит от автора и того, что он «говорит» в своем тексте, т. к. автор текста является для него экспертом, авторитетом в некотором вопросе, гарантией логической, моральной, этнической уместности как всех использованных им языковых средств, так и представленной в тексте темы в целом. Читатель «слепо» или целенаправленно следует за автором, погружаясь в представленный им мир и бесконечный культурный контекст, и лишается полной свободы в выборе отличной от автора точки зрения. Таковым является большинство художественных текстов, в том числе и комиксы.

Рассказчик – читатель / слушатель

Уместным, оправданным, порой стандартным форматом интеракции в художественном тексте становится формат **рассказчик – читатель / слушатель**. Автор реализует коммуникативную роль беспристрастного, бесстрастного рассказчика, наблюдателя, очевидца или комментатора некоторого события, которым он хочет поделиться с читателем, а читатель превращается в слушателя этого рассказа, наблюдая и воспринимая все происходящие события в тексте, не вмешиваясь в них. Целями такой скрытой интеракции для каждого из участников становятся передача / восприятие информации, донесение / интерпретация определенной идеи или мысли.

Анализируя комиксы издательства Marvel 1960–1980-х гг., в частности серию комиксов «Человек-паук» (The Amazing Spider-man⁴), «Невероятный Халк» (The Incredible Hulk⁵), «Сорвиголова» (The Daredevil⁶), мы обнаружили данный формат интеракции. Например, в рамках обозначенного формата авторы передают или комментируют информацию о смене событий, места, времени и чувствах героев. Чаще всего это выражается в простом законченном предложении, но возможны односоставные или неполные предложения, используемые в дополнение к соответствующему кадру комикса: *Паркер переоделся в костюм Человека-паука* (The Amazing Spider-man, #25, vol. 1); *Итак, одинокий мальчик размышляет о судьбе общества, находящегося под угрозой!* (The Amazing Spider-man, #5, vol. 1); *Но пока две драматические фигуры исчезают в темноте, позвольте нам вернуться на пару недель назад!* (The Incredible Hulk, #1, vol. 1); *Где доктор Баннер был вежлив, там Халк был груб!*

¹ Понятие дискурсивной практики. Режим доступа: <https://myfilology.ru/yazykoznanie/poniatie-diskursivnoi-praktiki/> (дата обращения: 03.01.2022).

² Там же.

³ Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.

⁴ The Amazing Spider-man. Режим доступа: <https://unicomics.ru/comics/series/amazing-spider-man> (дата обращения: 03.01.2022).

⁵ The Incredible Hulk. Режим доступа: <http://com-x.life/reader/4620/65256> (дата обращения: 03.01.2022).

⁶ The Daredevil. Режим доступа: <http://com-x.life/reader/2124/41678> (дата обращения: 03.01.2022).

Где Баннер был цивилизован, Халк был дикарем! Где Баннер был человеком, Халк был монстром! Монстром со сверхчеловеческой силой. Причиной были гамма-лучи, впитавшиеся в его могучую структуру! (The Incredible Hulk, #1, vol. 1); Несколькими минутами позже одинокая угрюмая фигура стоит на вершине горы над великим убежищем... И в последний раз смотрит на это место, которое могло стать его... домом! (The Incredible Hulk, #106, vol. 1).

Также они повествуют об актуальных событиях, происходящих или происходивших в определенное время. Интересным примером является описание научного эксперимента в пустыне, о котором говорится в первом номере комикса «Невероятный Халк»: *Одинок в пустыне стоит самое опасное оружие, когда-либо созданное человечеством – бомба невероятной мощности, работающая на гамма-излучении!; В бетонном бункере ученые ожидают первых испытаний гамма – бомбы!; Профессор Брюс Баннер, чей гений создал эту бомбу, волнуется больше всех! (The Incredible Hulk, #1, vol. 1).*

С помощью простых предложений описывается, казалось бы, обычный научный опыт, который проходит по следующему сценарию: теоретическое исследование, практическая разработка и создание исследуемого предмета, последующее апробирование предмета и, в случае успешности данного исследования, дальнейшее применение предмета. Однако рассказчик преследует особую цель – передать читателю информацию о первом невероятном изобретении оружия массового поражения – гамма-бомбы. Об уникальности, масштабности и трагичности данного изобретения читатель догадывается сам, воспринимая и интерпретируя используемые автором слова и словосочетания: *самое опасное оружие, созданное человечеством, бомба невероятной мощности, первые испытания гамма-бомбы.* Кроме того, через авторское описание чувств главного героя – ученого Брюса Баннера, создавшего эту бомбу – читатель испытывает волнение, страх и предвкушение того, как пройдет апробация эксперимента.

Использование в тексте автора предложений: *Находясь за несколько миль от эпицентра взрыва, доктор Брюс Баннер все равно чувствует полную силу таинственных гамма-лучей!; Кажется, даже мир замирает на грани бесконечности, когда закладывающий уши крик профессора наполняет воздух!; Пока ошеломленные солдаты встают после аварии, могучее создание, когда-то бывшее Брюсом Баннером, словно раненое чудовище скрывается в ночи (The Incredible Hulk, #1, vol. 1)* – позволяет ему передать вербально и невербально (через соответствующие кадры комикса) (рис. 1), а читателю осознать невообразимо мощное действие гамма-излучения бомбы, повлекшее за собой не только облучение, но и изменение внешнего вида ученого, превратив его в зеленое страшное чудовище. Так появилась новая легенда и родился супергерой Халк. Однако читатель понимает, что авторы хотели не только представить историю возникновения нового героя, но и привлечь их внимание

к актуальным научным событиям конца 1960-х гг. и проблемам глобального характера: в данный период проходили активные научные испытания ядерного оружия, которое могло привести к катастрофическим последствиям. После подписания договора о запрете ядерных испытаний в космическом пространстве, воздухе и под водой (1963) США отправляют в космос спутник с регенераторами гамма- и нейтро-излучением для наблюдения за ядерными взрывами в атмосфере. Это событие и представлено в комиксе «Невероятный Халк».



Рис. 1. Кадр гамма-излучения Брюса Баннера в комиксе The Incredible Hulk, #1, vol. 1

Fig. 1. A shot of Bruce Banner's gamma radiation in The Incredible Hulk comic book, #1, vol. 1

Цель данного формата коммуникации состоит не только в информировании читателей о происходящем в тексте и в мире, но и в оказании воздействия на конкретного читателя и изменении мировоззрения американцев. Специфика комиксов с этой точки зрения состоит в том, что они представляют социальные, политические и экологические проблемы общества и ориентирует человека на необходимость их решения, т. е. побуждают к социальной активности. Именно поэтому часто в тексте комиксов поднимаются не только проблемы личного характера (безответная любовь, насмешки со стороны сверстников, отсутствие денег), но и проблемы национального и мирового уровней: азартные игры (The Daredevil, #1, vol. 1), угон автомобилей (The Daredevil, #2, vol. 1), ограбление (The Daredevil, #4, vol. 1), побег преступника из тюрьмы (The Daredevil, #10, vol. 1; The Amazing Spider-man, #16, vol. 1), рецидивизм (The Daredevil, #3, vol. 1), борьба за гражданские права, наркомания (The Amazing Spider-man, #96–98, vol. 1), политические отношения с другими странами (The Incredible Hulk, #5, vol. 1), угроза национальной обороне (The Daredevil, #17, vol. 1; The Incredible Hulk, #3, vol. 0). Периодическое обновление информации, касающейся событий в Америке и в мире, является типичным для текстов комиксов данного периода. В этом случае следует говорить о *дискурсивной практике ротации*.

Восприятие событий героями, передача отношения одних героев к другим, объяснение фактов, которые могут быть неизвестными героям или читателю, являются также проявлением интеракции *рассказчик – читатель / слушатель*. Так, закладывая информативную функцию в научную справку, представленную в конце номера «Человека-паука», авторы расширяют научные и обыденные знания своих читателей в области физики и химии: *Секреты паутины: паутина паучка настолько прочная, что если бы было возможно увеличить ее толщину до половины дюйма, одной пряди было бы достаточно, чтобы навсегда связать могучее мускулистое существо!; Паутина человека-паука также способна растягиваться в определенной степени, но все же не идет ни в какое сравнение со способностями мистера Фантастика!* (The Amazing Spider-man, #5, vol. 1).

С помощью вербального описания (Как правило, мои суперчувства показывают мне приблизительные изображения объектов! Но когда вокруг слишком много суеты, картинка искажается! (The Daredevil, #2, vol. 1) и визуального представления в виде соответствующего кадра (рис. 2) авторы пытаются показать, как чувствует себя слепой человек и супергерой Сорвиголова, который в результате несчастного случая ослеп и, несмотря на это, смог приспособить свою человеческую жизнь и жизнь супергероя в борьбе с преступниками и злодеями.



Рис. 2. Кадр принципа работы суперчувств Сорвиголовы в комиксе The Daredevil, #2, vol. 1

Fig. 2. A shot of how Daredevil's super-senses work in The Daredevil comic book, #2, vol. 1

Данные примеры наглядно показывают, что традиционные форматы интеракции и коммуникации между автором и читателем могут быть разнообразными и часто связаны с определенными событиями, креативно и целенаправленно представленными читателю. Условия и правила такой коммуникации в комиксе не являются ограниченными, стабильными и фиксированными, а отличаются своим

многообразием, в связи с чем стоит говорить о разнообразии дискурсивных практик. Так, в предоставлении информации осложненного типа и смысла в виде простого, краткого вербального текста, способствующего ее доступности для широкой аудитории читателей комикса, реализуется **дискурсивная практика распространения и аппроксимации** (комментарии авторов относительно места, времени, чувств героев, примеры о функционировании устройств Человека-паука). В свою очередь, воспроизведение или повторение информации в виде кадров комиксов, что составляет его невербальный компонент, облегчает понимание информационно-идеологического содержания текста и выражается в **дискурсивной практике перекодирования** (примеры принципов работы суперчувств Сорвиголовы, рис. 2).

Интеракции открытого формата

В американском комиксе помимо интеракции *рассказчик – читатель / слушатель* выделяются интеракции открытого формата, когда авторы в лице сценариста, художника и редактора и любой читатель, взявший в руки их комикс и погрузившийся в созданный ими мир, являются равноправными собеседниками. В титрах на обложке, первой и последней страницах комикса команда Marvel открыто ведет диалог и общается с читателем посредством текста комикса, что прослеживается в использовании местоимения *мы*. С одной стороны, местоимение *мы* выступает авторским *Мы* и обозначает целый редакционный коллектив (издатель, редактор, сценарист, художник), принимающий участие в создании комикса, с другой – приобретает значение единого *Мы*, т. е. авторы и читатель вместе, как целое. Исходя из этого, следует выделить два формата интеракции: 1) *мы (создатели) – ты (читатель)*; 2) *мы (создатели и читатель)*.

1. Мы (создатели) – ты (читатель)

Коммуникативная роль создателей комикса реализуется в коммуникативных речевых актах, когда авторы, например, выражают свое мнение относительно завершения номера: *Вот приклони голову ко мне на плечо, синие глазки, и давай насладимся тишиной! – Мы⁷ признаемся! Это нетипичное окончание для типичной истории о супергерое! Но мы никогда и не говорили, что Человек-паук типичный герой! На самом деле, в следующем выпуске он сделает кое-что совершенно нетипичное! Но вы увидите сами, когда мы встретимся вновь!* (The Amazing Spider-man, #17, vol. 1). Авторы признают, что нарушают стандартные правила окончания историй, но они гордятся этим приемом, потому что благодаря ему нетипичный герой продолжает существовать, совершать героические поступки в борьбе с несправедливостью и злодеями, удивлять и влюблять в себя читателей.

⁷ Здесь и далее жирный шрифт используется для выделения важных языковых единиц.

Открытость и честность авторов располагают читателей к ним и тому, что они пишут, а эмоционально окрашенная, шутовская и ироничная форма языковых высказываний привлекает интерес читателей к герою и побуждает их к прочтению следующего выпуска комикса: Большие волнующих моментов, юмора, головокружительных выдумок в следующем выпуске! (The Amazing Spider-man, #8, vol. 1); Знаешь, что, маленький друг? Если ты только начал читать эту историю, **мы тебе** завидуем! Потому что **ты** хорошо проведешь время! Этот объемный триллер представит **тебе** потрясающих суперзлодеев; он наполнен событиями и драмой; и покажет **тебе** Человека-паука с его обычными человеческими проблемами и слабостями, круче, чем вы его видели ранее! (The Amazing Spider-man, #9, vol. 1); Но если **вы** вдруг подумали... что **наш** зеленокожий друг не переживет подобную атаку, то переворачивайте страницу и увидите, насколько **вы** ошиблись! (The Incredible Hulk, #107, vol. 1); В следующем выпуске: больше увлекательных деталей о жизни и приключениях самого удивительного подростка в мире – Человека-паука – супергероя, которым можешь быть **ты**! (The Amazing Spider-man, #9, vol. 1); Такие фантазии, как **вы** любите! (The Incredible Hulk, #4, vol. 1).

В последнем примере команда Marvel не только информирует о продолжении захватывающих историй о Человеке-пауке в следующем номере, но и вселяет надежду и веру читателей в то, что они сами могут стать супергероями. Безусловно, не героями с такими сверхспособностями, как умение перемещаться в воздухе без специального оборудования или транспорта, паучье чутье (Человек-паук), неимоверная сила и нечеловеческая выносливость ударов и пуль (Халк, Существо, Тор), регенерация (Россомха), бессмертие и телепортирование (Доктор Стрэндж), деформация тела (Мистер Фантастик, Песочный человек), а героями обычной жизни, когда речь идет о спасении близких людей, страны или мира в целом. В 1960–1980-х гг. американцы, в том числе подростки, нуждались в таких героях, поэтому данная идеология распространялась повсеместно, но действенной и эффективной она становилась через текст комикса. Очевидно, что комиксы указанного периода являлись инструментом формирования необходимой системы ценностей в массовом американском сознании и изменении ценностных приоритетов и ориентиров, обусловленных разрушением социальных ценностей и общественных институтов, несогласием с преобладающим политическим направлением и непринятием людей вокруг, личностными и социальными проблемами. Именно в такие непростые для американцев времена комикс становится значимым каналом не только передачи информации и трансляции актуальных для американского общества событий, ценностей и ориентиров, но и инструментом и формой влияния, коммуникации и взаимодействия.

Стоит отметить, что команда Marvel, обращаясь к местному **мы**, оригинальным способом выражает свое восхищение и гордость созданными ими героями. Своеобразное

хвастовство и самовосхищение можно увидеть в следующих примерах: **Мы** ведь **самые преданные фанаты паучка**! Дважды подумайте, прежде чем приниматься за чтение этой **невероятно длинной истории**! **Мы** должны вас предупредить – это будет справедливо... когда вы прочитаете это... Когда вы насладитесь всеми приколами и сюрпризами, которые может выдать только Человек-паук... Для вас может сказаться невероятно сложно вновь довольствоваться меньшим по объему журналами! Ну что ж! Поскольку вы дочитали до этого места, значит, **нам** удалось **вас** зацепить! Пути назад нет! Приготовьтесь, сейчас **вы** такое узнаете... Перед вами одно из **наиболее волнительных супер-приключений**! (The Amazing Spider-man, #10, vol. 1); Забудьте все, что **вы** читали о паучке до этого!! Забудьте всех супергероев, которых **вы** до этого видели!! Забудьте о всех своих представлениях о том, какой должен быть настоящий комикс! Этот комикс другой! Этот комикс **сенсация**! Этот комикс просто для **вас**! (The Amazing Spider-man, #18, vol. 1); Сейчас начнется **лучшая история** в вашей жизни! (The Amazing Spider-man, #19, vol. 1).

Наблюдаемые языковые конструкции: **невероятно длинная история**, **наиболее волнительные супер-приключения**, **комикс сенсация**, **лучшая история в вашей жизни** – говорят о выразительности речи авторов, привлекающей внимание и интерес читателей. Авторы доказывают это не только данным набором единиц и средств, но и текстовым содержанием конкретного и последующих номеров, а читатель в свою очередь убеждается в правдивости и истинности сказанного авторами при постоянном прочтении комикса или серии комиксов.

Открытую форму интеракции **мы (создатели)** – **ты (читатель)** можно также наблюдать в обращении авторов к читателям с помощью закрытых вопросов: **Тебе комфортно? Ты расслаблен? У тебя есть достаточно времени, чтобы прочитать всю историю без перерыва?!** Готовы? (The Amazing Spider-man, #19, vol. 1).

С одной стороны, задавая такие вопросы, авторы проявляют заботу и беспокойство о своем читателе и его самочувствии, располагают их к диалогу или беседе, хотя у читателя нет возможности напрямую выразить свои мысли или идеи. Таким образом, беседа остается под контролем авторов, однако читатели не чувствуют того, что их заставляют что-то сделать против их воли. Читатели с нетерпением ждут начала увлекательных историй на последующих страницах. С другой стороны, в таком формате интеракции реализуются две задачи: снять альтернативность ответа на данные вопросы, потому что авторы настолько убеждены в однозначном ответе читателей, что им не требуется другой ответ, и побудить к дальнейшему погружению в очередную серию комикса. Такими манипулятивными методами команда Marvel воздействует на читателя и его эмоциональное состояние, приобретает его любовь и преданность к издаваемым комиксам. Названное дискурсивное поведение, ставшее оригинальным и в последствии

типичным для комиксов Marvel, реализуется одновременно в **дискурсивной практике авторитарности**, при которой по инициативе авторов происходит перехват инициативы, захват мыслей, эмоций и желаний читателей, диктуются дальнейшие действия, и **дискурсивной практике демократичности**, при которой используются коммуникативные стратегии заботы, понимания и побуждения.

При такой интеракции активизируется также **дискурсивная практика индивидуализации**, при которой достигается равновесие между индивидуальными точками зрения, учитывается право выражения личностного мнения и выбора, обсуждаются совместно идеи и проблемы. Авторы комиксов Marvel интересуются мнением своих читателей о героях или прошлом выпуске напрямую через вопросы, задаваемые читателям в титрах текущего выпуска: *Вы считаете, что зеленый гоблин выглядит забавно? Он вызывает у вас улыбку? Забудьте об этом! Он самый злобный и опасный противник, который только был у паучка!* (The Amazing Spider-man, #14, vol. 1); *Значит вы думаете, что для старины паучка уже нет новых суперзлодеев, которых он будет побеждать? Что ж, вас ожидает сюрприз! Самый новый и сильный злодей из всех. Крэйвен, охотник!* (The Amazing Spider-man, #15, vol. 1).

Читатели могли выразить свою личную точку зрения или определенное отношение к герою / антигерою через текст своих писем, отправляемых в редакцию издательства Marvel. О переписке читателей и авторов комиксов мы узнаем непосредственно на страницах комиксах: *Примечание: Человек-паук впервые появился в качестве дополнения к августовской удивительной фантазии! Насколько лестными были ваши отзывы в письмах и открытках, что было решено дать ему свой собственный журнал!; Но что ж, мы надеемся, что вам так же понравился Скорпион, как и нам! Как обычно, мы будем ждать ваших писем и комментариев!* (The Amazing Spider-man, #20, vol. 1); *Многие читатели спрашивали, почему имя Стэна всегда идет первым в титрах! Так что, великодушный Ли согласился, чтобы имя Стиви было первым на этот раз! Как вам такое?* (The Amazing Spider-man, #20, vol. 1); *Не теряй ни минуты!! Нам не терпится услышать твое мнение о Сорвиголове!! Отправляй свои письма Сорвиголове, Стэн Ли и компании, Зра Флур, 655, Мэдисон Эйв Нью-Йорк 21 и поскорее!* (The Daredevil, #4, vol. 1).

При данной практике происходит смена коммуникативных ролей, т. к. авторы становятся читателями полученных личных писем фанатов, а читатели превращаются в создателей комиксов, которые могли даже повлиять на дальнейшую судьбу номера или героя путем изменения его содержания, последующего переиздания или дополнения, появления или исчезновения некоторых героев или злодеев. Большинство стратегий, использованных в данном коммуникативном поведении, основывается на интимизации отношений с читателем, когда ориентируются не столько на их опыт, видение и творческие писательские способности, сколько

на создание мотивов и желаний взаимодействовать с авторами комиксов. Американские читатели чувствовали себя нужными, полезными, свободными, чего им так не хватало в силу различных политических событий, а авторы, используя данную практику и коммуникативные стратегии, поддерживали интерес к своим героям и выходящим выпускам, что, в свою очередь, обеспечивало популярность их комиксов, финансовый доход и удержание лидирующих позиций по сравнению с конкурентным издательством DC. При этом каждый из участников взаимодействия корректно и толерантно относился к другим.

2. Мы (создатели и читатель)

В комиксах Marvel использование местоимения *мы* в значении указания на множество, к которому авторы (вся команда Marvel) причисляют себя и читателей одновременно, обусловлено контекстом и коммуникативными целями. Данное обращение приводит к общности и соучастию во всех событиях как читателей, так и самих авторов. Так, в примерах: *Мы находимся в спальне Питера Паркера; Теперь мы отправляемся совсем в другую часть города!; Каждая история должна где-то начинаться, посему давайте начнем с уединенного склада в непроглядном мраке ночи, где мы станем свидетелями ограбления; Наши преданные читатели помнят, как в прошлом номере Носорог погиб от рук Халка во время ужасающей схватки... А теперь давайте посмотрим на нашего компанейского гиганта, который прыгает над крышами небоскребов вместе с Бетти Росс, ставшей его невольной спутницей в этом путешествии* (The Incredible Hulk, #105, vol. 1); *И пока весь мир читает захватывающие репортажи об аресте Халка за завтраком с кофе и кексами, мы посмотрим, что происходит в тюрьме «Синг.Синг»...* (The Incredible Hulk, #104, vol. 1) – уточняется место нахождения авторов, читателей и героев, если по текстуальному содержанию или смене кадров возникают трудности с его определением и восприятием, описываются дальнейшие действия, касающиеся последующего сюжета, текущего или будущего номера, или прочтения комиксов в общем.

Конструкции: *Как мы знаем, Питер Паркер (он же Человек-паук) отличный молодой ученый, он посвятил много времени изучению пауков и паутины; Как мы знаем, он испускает паутину, активируя кнопку на ладони, после чего срабатывает устройство на запястье – использованы намеренно, чтобы напомнить и показать осведомленность всех читателей и создателей об отличительных умственных способностях Питера Паркера, с помощью которых он разработал прибор для испускания паутины и усовершенствовал свой костюм паука, а также проинформировать об этом читателей, недавно присоединившихся к поклонникам комиксов или пропустивших определенный номер серии. Данный формат интеракции способствует сокращению или устранению иерархической дистанции между ними. Такое взаимодействие реализуется с помощью **дискурсивной практики сближения**, некоторого рода приятельства со стороны создателей и читателя.*

Заключение

Американские комиксы издательства Marvel представляют собой материал, который можно исследовать с точки зрения креативности на различных языковых уровнях. Проведенный нами анализ серий комиксов о Человеке-пауке, Халке, Сорвиголове выявил и показал разные форматы интеракции, обусловленные политическими, культурными и личными мотивами и опосредованные разными дискурсивными практиками. Экономический кризис, холодная война, движения за гражданские права и социальное напряжение сказывались не только на обстановке в стране, но и влияли на сознание, настроение и поведение людей. Менялся дискурс, зарождались новые дискурсивные практики, появлялся новый для данной эпохи текст комикса.

Тексты американских комиксов следует считать креативными в силу того, что в них можно выявить открытую форму интеракции авторов с читателями, обозначенную нами двумя форматами: 1) *мы (создатели) – ты (читатель)*; 2) *мы (создатели и читатель)*. В различных коммуникативных ситуациях, при которых авторы в лице всей команды делятся с читателями актуальными событиями, происходящими в стране и мире, представляют подробную информацию о функционировании устройств, приборов, используемых героями для определенных целей, а также совместно с читателем переживают за героев и радуются их победам, прослеживаются дискурсивные практики демократизации, индивидуализации, ротации, распространения, перекодирования и др. В авторском восхищении и хвастовстве

своей работой и героями, ироничном и шутовском выражении мыслей, общении с читателем посредством вопросов, ответы на которые они могли получить в письмах от читателей, обнаруживаются дискурсивные практики самопрезентации и сближения, позволившие тексту комиксов стать оригинальными и креативными в комиксовой индустрии той эпохи. Анализируемые в статье модели речевого поведения авторов и читателей и определенный набор речевых действий, используемых для реализации коммуникативного намерения, показывают специфичные форматы интеракции между автором и читателем, что в свою очередь следует считать креативным параметром на коммуникативно-дискурсивном уровне.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Е. А. Энгель – концептуализация, администрирование статьи, написание оригинального проекта статьи; В. А. Петрова – ресурсы, написание обзора и редактирование статьи.

Contribution: E. A. Engel designed the research concept and drafted the manuscript; V. A. Petrova provided resources, write the review part, and proofread the article.

Литература / References

1. Вознесенская И. М. «Креативность» в языке и тексте (обзор). *Воспитание языкового вкуса студентов в процессе преподавания русской словесности*: мат-лы XXIV Междунар. науч.-метод. конф. (Санкт-Петербург, 8 февраля 2019 г.) СПб.: СПбГУПТД, 2019. С. 17–21.
Voznesenskaya I. M. "Creativity" in language and text (overview). *Education of the language taste of students in the process of teaching Russian literature*: Proc. XXIV Intern. Sci.-Method. Conf. St. Petersburg, 8 Feb 2019. St. Petersburg: SPbSUITD, 2019, 17–21. (In Russ.)
2. Гридина Т. А. «Делать из мухи слона»: ассоциативная проекция игрового слова в художественном тексте. *Лингвистика креатива-2*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2012. С. 272–288.
Gridina T. A. "Making a big deal out of it": the associative projection of the play word in a fiction text. *Creative Linguistics-2*, ed. Gridina T. A., 2nd ed. Ekaterinburg: UrSPU, 2012, 272–288. (In Russ.)
3. Дрожащих Н. В. Когнитивные параметры художественной модели креативного текста. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2017. № 10. С. 88–95. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2017-10-88-95>
Drozhashchikh N. V. Cognitive parameters of literary model of creative text. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2017, (10): 88–95. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2017-10-88-95>
4. Иссерс О. С. Стратегия рефрейминга в аспекте лингвокреативной деятельности. *Лингвистика креатива*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. С. 216–230.
Issers O. S. Reframing strategy in linguistic and creative activities. *Creative Linguistics*, ed. Gridina T. A., 2nd ed. Ekaterinburg: UrSPU, 2013, 216–230. (In Russ.)
5. Быков Л. П., Купина Н. А. Языковая игра как средство преобразования идеологических смыслов. *Лингвистика креатива*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. С. 269–291.
Bykov L. P., Kupina N. A. Language games as a means of transforming ideological meanings. *Creative Linguistics*, ed. Gridina T. A., 2nd ed. Ekaterinburg: UrSPU, 2013, 269–291. (In Russ.)

6. Киосе М. И. Параметры и техники «настройки» лингвистической креативности в детском художественном тексте. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2019. № 4. С. 66–76. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2019-4-66-76>
Kiose M. I. Linguistic creativity in the discourse of children's literature: tuning parameters and techniques. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki*, 2019, (4): 66–76. (In Russ.) <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2019-4-66-76>
7. Лобкина А. Т., Мымрин П. А. Программа поиска формальных критериев креативности автора в его тексте. *Информационные технологии: мат-лы 56-й Междунар. науч. студ. конф.* (Новосибирск, 22–27 апреля 2018 г.) Новосибирск: НГУ, 2018. С. 195.
Lobkina A. T., Mymrin P. A. A program for searching for formal criteria of the author's creativity in their text. *Information technology: Proc. 56th Intern. Sci. Stud. Conf.*, Novosibirsk, 22–27 Apr 2018. Novosibirsk: NSU, 2018, 195. (In Russ.)
8. Норман Б. Ю. Лексический повтор как дискурсивная тактика. *Лингвистика креатива*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. С. 230–245.
Norman B. Yu. Lexical repetition as a discursive tactic. *Creative Linguistics*, ed. Gridina T. A., 2nd ed. Ekaterinburg: UrSPU, 2013, 230–245. (In Russ.)
9. Ремчукова Е. Н. Грамматические категории в зеркале креативности. *Лингвистика креатива*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. С. 245–269.
Remchukova E. N. Grammatical categories in the mirror of creativity. *Creative Linguistics*, ed. Gridina T. A., 2nd ed. Ekaterinburg: UrSPU, 2013, 245–269. (In Russ.)
10. Фещенко В. В. Лингвокреативность в художественном и научном дискурсах. *Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности*, отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р.Валент, 2021. С. 190–257.
Feshchenko V. V. Linguistic creativity in artistic and scientific discourses. *Linguistic creativity in discourses of different types: limits and possibilities*, ed. Zyкова I. V. Moscow: R.Valent, 2021, 190–257. (In Russ.)
11. Чересюк П. А. Метафора как средство словесно-художественной креативности Л. Н. Толстого (на материале романа «Анна Каренина»). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2021. Т. 14. № 9. С. 2705–2709. <https://doi.org/10.30853/phil210460>
Cheresyuk P. A. Metaphor as a means L. N. Tolstoy's literary and artistic creativity (by the material of the novel "Anna Karenina"). *Philology. Theory & Practice*, 2021, 14(9): 2705–2709. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/phil210460>
12. Тимофеева Е. Е. Языковая игра как средство развития лингвокреативных способностей учащихся: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 16 с.
Timofeeva E. E. *Language games as a means of developing students' linguistic and creative abilities*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2006, 16. (In Russ.)
13. Скларова О. С. Языковая игра как способ актуализации лингвокреативности элитарной языковой личности в художественном дискурсе. *Научно-методическое обеспечение преподавания иностранных языков на неязыковых факультетах в свете теории и практики межкультурной коммуникации: сб. тр. конф. № 16.* (Майкоп, 20 мая 2020 г.) Майкоп: ЭЛИТ, 2020. С. 73–77.
Sklyarova O. S. Language game as an actualization method of linguistic creativity of elite language personality in artistic discourse. *Scientific and methodological providing of teaching foreign languages in non-linguistic faculties in the light of intercultural communication theory and practice: Proc. Conf. No. 16.* Maikop, 20 May 2020. Maikop: ELIT, 2020, 73–77. (In Russ.)
14. Юдина Н. В., Кузнецова Е. А. О лингвокреативном потенциале языковой игры (на примере современных рекламных текстов). *Когнитивные исследования языка*. 2018. № 32. С. 436–443.
Yudina N. V., Kuznetsova E. A. Reviewing the creativity of language game (based on modern advertising texts). *Kognitivnye issledovaniia iazyka*, 2018, (32): 436–443. (In Russ.)
15. Мурашов А. А. Креативные потенциалы языковой игры: каламбур. *Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива*. 2018. № 2. С. 351–357.
Murashov A. A. Creative potentials of language game: pun. *Uralskiy filologicheskiy vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost: Lingvistika kreativa*, 2018, (2): 351–357. (In Russ.)
16. Устинова Т. В. Лингвокреативность смыслового восприятия окказионализмов в поэтическом тексте. *Лингвистика креатива-4*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: УрГПУ, 2018. С. 213–228.
Ustinova T. V. Linguistic creativity of semantic perception of occasionalisms in a poetic text. *Creative Linguistics-4*, ed. Gridina T. A. Ekaterinburg: UrSPU, 2018, 213–228. (In Russ.)
17. Гридина Т. А. Метафоры детской речи как феномен лингвокреативного мышления и поэтической одаренности. *Лингвистика креатива-4*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: УрГПУ, 2018. С. 11–39.
Gridina T. A. Metaphors of children's speech as a phenomenon of linguistic and creative thinking and poetic gift. *Creative Linguistics-4*, ed. Gridina T. A. Yekaterinburg: UrSPU, 2018, 11–39. (In Russ.)

18. Карл Н. Н. Метафорический аспект репрезентации категории качества в современном немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 26 с.
Karl N. N. *The metaphorical aspect of the representation of the quality category in modern German*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2006, 26. (In Russ.)
19. Михайловски А. Метафора как «креативная» реализация фрейма (постсоветские концепции «революций» в российских, белорусских и украинских СМИ). *Творческий аспект в языке и тексте*, науч. ред. Н. А. Илюхина и А. Эббинхауз. Самара-Würzburg: CaГA, 2021. С. 135–142.
Mikhaylovski A. Metaphor as a "creative" implementation of the frame (post-Soviet concepts of "revolutions" in Russian, Belarusian, and Ukrainian media). *Creative aspect in language and text*, eds. Ilyukhina N. A., Ebbinhaus A. Samara-Würzburg: SaHA, 2021, 135–142. (In Russ.)
20. Гридина Т. А., Кубасов А. В. Лингвокреативная техника создания игрового парадокса в афоризмах С. Д. Кржижановского. *Лингвистика креатива-2*, под общ. ред. Т. А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: УрГПУ, 2012. С. 354–376.
Gridina T. A., Kubasov A. V. The linguistic and creative technique of the playful paradox in S. D. Krzhizhanovsky's aphorisms. *Creative Linguistics-2*, ed. Gridina T. A. Ekaterinburg: UrSPU, 2012, 354–376. (In Russ.)
21. Капранова И. П. Антитеза как художественный прием самовыражения автора. *История и обществознание*. 2018. № XV. С. 149–151.
Kapranova I. P. Antithesis as an artistic technique of the author's self-expression. *Istoriia i obshchestvoznaniie*, 2018, (XV): 149–151. (In Russ.)
22. Фурсова Е. В. Дискурсивные параметры стилистического приема антитезы: на материале англоязычного художественного текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 26 с.
Fursova E. V. *Discursive parameters of the stylistic device of antithesis in English-language fiction*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Moscow, 2008, 26. (In Russ.)
23. Иванова Н. С. Опыт лингвистического исследования мерфизмов (на материале американского варианта английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2008. 16 с.
Ivanova N. S. *Experience of a linguistic study of merfisms in American English*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Irkutsk, 2008, 16. (In Russ.)
24. Коровушкин В. П., Фалоджу Дж. О. Лингвокреативный потенциал нигерийско-английского пиджина как проявление современной социально-языковой ситуации в Нигерии. *Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива*. 2013. № 3. С. 32–42.
Korovushkin V. P., Faloju J. O. Linguocreative potential of Nigerian pidgin English as an evidence of the present socio-language situation in Nigeria. *Uralskiy filologicheskiy vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost: Lingvistika kreativa*, 2013, (3): 32–42. (In Russ.)
25. Седов К. Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации. *Антология речевых жанров: повседневная коммуникация*, под общ. ред. К. Ф. Седова. М.: Лабиринт, 2007. С. 7–38.
Sedov K. F. A person in the genre space of everyday communication. *Anthology of speech genres: everyday communication*, ed. Sedov K. F. Moscow: Labirint, 2007, 7–38. (In Russ.)
26. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
Titscher S., Meyer M., Wodak R., Vetter E. *Methods of text and discourse analysis*. Kharkov: Gumanitarnyi Tsent, 2009, 356. (In Russ.)
27. Бушев А. В., Казак М. Ю., Карпов А. Е., Кожемякин Е. А., Колтунова М. В., Коротков Е. А., Кушакова Н. О., Манохин Д. К., Масленкова Н. А., Минаева Э. В., Новак М. В., Островская Т. А., Переверзев Е. В., Полонский А. В., Пономарёва Т. А., Синельникова Л. Н., Тяжлов Я. И., Чернышова Т. В., Чудова И. А. Современный дискурс-анализ: повестка дня, проблематика, перспективы. Белгород: ИД Белгород, 2016. 244 с.
Bushev A. V., Kazak M. Yu., Karpov A. E., Kozhemyakin E. A., Koltunova M. V., Korotkov E. A., Kushakova N. O., Manokhin D. K., Maslenkova N. A., Minaeva E. V., Novak M. V., Ostrovskaya T. A., Pereverzev E. V., Polonsky A. V., Ponomareva T. A., Sinelnikova L. N., Tyazhlov Y. I., Chernyshova T. V., Chudova I. A. *Contemporary discourse analysis: agenda, issues, and perspectives*. Belgorod: Belgorod Publ., 2016, 244. (In Russ.)
28. Куликова Л. В., Белецкий С. Б., Бурмакина Н. Г., Детинко Ю. И., Попова Я. В. Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации. Красноярск: СФУ, 2015. 182 с.
Kulikova L. V., Beletskiy S. B., Burmakina N. G., Detinko Yu. I., Popova Ia. V. *Discursive practices in contemporary institutional communication*. Krasnoyarsk: SFU, 2015, 182. (In Russ.)