

## КЛАССИФИКАЦИЯ ПОСТОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ (ЛИНГВОСИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

*Н. В. Мамонова*

*Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия*

В статье рассматривается проблема классификации постов в англоязычной социальной сети Инстаграм. Автором предлагаются два системообразующих параметра Инстаграм-дискурса: динамическое постоянство и актуальность для целевой аудитории. Рассматривается концепт как синергетическое смысловое образование в дискурсивном пространстве. Проанализирован массив англоязычных постов Инстаграм, предложена классификация постов в социальных сетях. В заключении приводятся результаты статистического анализа англоязычных Инстапостов.

**Ключевые слова:** лингвосинергетика, англоязычные посты, интернет-дискурс, сетевой фольклор, фрактальная самоорганизация, англоязычный Инстаграм.

Сегодня стремительно меняется и сам мир, и общее представление о нем. Народная культура выходит из классических и традиционных рамок и трансформируется в виртуальную. Популярные сетевые тексты, видео- и аудиоматериалы фиксируют и передают фольклорное творчество разных видов большей частью на английском языке. Необходимо отметить, что англоязычные посты создаются не только носителями английского языка, но и любыми пользователями Инстаграма. Ввиду того, что английский — язык международного общения, его чаще всего и выбирают пользователи социальной сети для написания постов, охвата большей аудитории и привлечения новых подписчиков по всему миру. В настоящем исследовании мы анализируем англоязычные посты, написанные исключительно носителями английского языка.

В сети наблюдается повсеместное распространение постов, на которых изображена картинка и небольшой текст, чаще подпись. Невероятное множество и разнообразие постов в интернет-пространстве позволяет нам говорить о потребности в упорядочении массивов информации в интернет-дискурсе и актуальности вопроса систематизации постов в социальных сетях.

Взаимодействуя с окружающим миром, человек органично осваивает виртуальное пространство. Посредством фольклора фиксируется новое знание и опыт в виде текстов разного рода. Это могут быть песни, припевки, байки, былички, анекдоты, поучительные истории и рассказы. Также популярны такие повествования, как слухи и сплетни, в бло-

гах и новостных лентах. Научная новизна данного исследования заключается в том, что проведена попытка классификации постов в социальных сетях (на материале англоязычной сети Инстаграм) с позиций лингвосинергетических принципов смысловой самоорганизации исследуемого дискурсивного пространства.

Целью исследования является распределение множества англоязычных постов социальной сети Инстаграм по группам согласно определенным признакам и критериям. Для этого необходимо реализовать ряд задач: проанализировать массив постов социальной сети Инстаграм, выявить их сходство и различия, подкрепить выводы примерами.

Основные текстовые характеристики сетевого фольклора перекликаются с характеристиками классических фольклорных текстов, а именно традиционность и в то же время поливариативность, анонимность и коллективное авторство, аксиологичность, воплощение наиболее общих представлений о современных реалиях, накопленном опыте и знаниях в художественных формах [2; 3; 8]. Стоит отметить, что в отличие от классического фольклора, сетевой фольклор имеет и свои особенности такие, как мультимедийность, опосредованность общения, интерактивность, гипер- и интертекстуальность и прочее.

Особенности коммуникации посредством сети интернет характеризуются возрастанием дистанции между коммуникантами и скоростью обмена информацией. Читатель и автор могут находиться в любой точке мира. Количество читателей, как

и авторов, возрастает в геометрической прогрессии. Границы стираются и формируют некоторую новую форму глобального сознания. Доступность входа в сеть закладывает огромный потенциал для каждого индивидуума. Как пишет Р. Барт, читатель «в конечном итоге не декодирует, а докодирует; он не дешифрует, а производит, накладывает друг на друга различные языки, он бесконечно и неустанно пронизывается ими; его суть в этой пронизанности» [1. С. 498]. Читатель получает возможность несколько преобразовать продукт автора и стать автором тоже. Один и тот же пост, многократно повторяясь и видоизменяясь, путешествует по всему миру. Количество просмотров, лайков, перепостов и подписчиков демонстрирует доминирующие ценностные ориентиры в коллективном сознании социума в целом и в частности. Наблюдается интенсивное обновление системы ценностей, ориентиров, общепринятых норм и представлений о том, что хорошо и плохо.

Для настоящего исследования особый интерес представляют фольклорные явления, специфика которых предопределена именно сетевым порядком их существования, т. е. «сетевой фольклор», который включает также и посты в социальной сети Инстаграм (Инстапосты), ставшей в последние годы популярной у пользователей смартфонов по всему миру.

В современной лингвистической парадигме классические научные исследования оказались недостаточны для описания ряда явлений и процессов в языковой системе. Лингвосинергетика предпринимает попытки синтеза пространства естественного и гуманитарного научного поиска, а также творческого математического подхода к решению современных проблем глобализации. Посредством лингвосинергетики весьма продуктивно описывать концепцию нестабильного неравновесного интернет-дискурса, феномен неопределенности и многоальтернативности его смыслового развития, идею возникновения порядка из хаоса. Выбор предмета исследования — интернет-дискурс (в частности, сетевой фольклор в социальных сетях), сам по себе представляет яркий пример нелинейности и спонтанной хаотичности.

Высокая скорость обмена информацией и повсеместная распространенность технологий делают интернет-дискурс интересным объектом исследования для многих ученых, в особенности для лингвистов, рассматривающих язык как открытую, неравновесную, нелинейную систему.

Безусловно, при исследовании сетевого фольклора приоритетным объектом исследования необходимо обозначить процессы самоорганизации в социальных сетях. Обилие необработанных информационных данных о языковых потоках, реализующихся в интернет-дискурсе, представляет когнитивным лингвистам обширное поле для исследования. Какие языковые феномены наблюдаются и частотность тех или иных явлений, причины и закономерности их возникновения, а также множество других вопросов открывается перед исследователем данного хаотичного дискурсивного пространства [6].

Информационная сеть представляет собой своеобразную модель, имеющую в своей структуре некоторое множество локальных концептов, самоорганизующихся под действием некоего системообразующего концепта. Эта структура может фрактально усложняться как через соотношения между структурами одного уровня, так и разных. Каждая из частей может оказывать смысловые влияния на соседние смысловые структуры, а те в свою очередь изменяться, находясь в динамичном смысловом равновесии.

В социальных сетях зачастую люди ориентируются на значимые мнения и оценки членов сети, к которой индивидуум себя относит. Возникает доминирующая точка зрения по какому-либо вопросу, то есть так называемое «коллективное бессознательное» по Карлу Юнгу [10]. Выбираются и уточняются нравственные ориентиры и культурные доминанты, репрезентирующиеся в ряде локальных концептов. Другими словами, «интернет-пространство, являясь принадлежностью культуры, всецело отражает те тенденции общественного сознания, которые в ней доминируют в данный период времени» [5. С. 90].

Новые реалии инициируют каскад действий, которые в свою очередь порождают новый опыт и знание. Все это в комплексе подвергает преобразованию устоявшуюся доминанту в коллективном сознании. Данное явление разрывает наработанные смысловые связи между интегральным образом концепта и его внешней формой в виде знака. В момент неустойчивости и неравновесности дискурсивной системы устанавливаются новые смысловые соответствия. Эта точка бифуркации запускает каскад смысловых преобразований в системе дискурса.

Реализация принципа нелинейности в системе дискурса отслеживается через систему смыслов дискурса, которая «может модифицироваться

(иногда и непредсказуемо) под влиянием любого из ее элементов и вызванных либо внутренними процессами, либо воздействием внешней среды функциональных колебаний» [9. С. 83]. Само преобразование реальности, отраженное в посте или в иной форме, порождается читателями, автором и общепринятыми нормами, ценностями и правилами, определяющими внутреннюю реальность каждого из участников акта коммуникации. Состояние неустойчивости смысловой системы, вызванное появлением новых смысловых компонентов и диссипацией некоторой части смыслов, как бы разрывает сформировавшуюся структуру концепта, изменяя ее или вовсе разрушая.

Рассмотрим материалы популярной социальной сети Инстаграм. Любой тип дискурса самоорганизуется по фрактальным принципам: самоподобие, итеративность, рекурсивность. Самоорганизация дискурсивной системы реализуется согласно лингвосинергетическим принципам, таким как нелинейность, нестабильность, иерархичность, эмерджентность, открытость, симметричность / ассиметричность [7].

Фрактальная самоорганизация дискурса происходит под влиянием определенных параметров исследуемой смысловой системы. На наш взгляд, следует выделить два главных системообразующих параметра Инстаграм-дискурса. Это динамическое постоянство и актуальность для целевой аудитории. Смысловые элементы системы исследуемого дискурса фрактально самоорганизуются относительно друг друга под действием креативных аттракторов системы. Ценностные ориентиры авторов и читателей, сублимирующиеся в локальные концепты, и формируют ее креативные аттракторы. Динамическое постоянство обеспечивает равновесность и устойчивость дискурсивной системы и поддерживается через различные механизмы регулирования. Например, через выбранный способ продвижения материала, его определённую форму подачи, регулярную активность автора и прочее. Актуальность раскрывает необходимость и обоснованность публикации какой-либо темы, ее востребованность читателями.

По целеполаганию все посты можно разделить на три основных вида: продвигающие заданную идею, развлекательные, информационно-образовательные.

В первом типе постов пользователь репрезентирует идею в выгодном свете, как бы «продает» ее, увлекая читателей. Продвигающие идею пу-

бликации популяризируют определенную мысль (знание, опыт) разными способами. Например: презентация услуги или товара, публикация фотографии (фотография со знаменитостью, победителей лотереи), анонсирование продукта или события, оповещение об акциях и скидках, публикация отзывов и прочее. Например:

“In the spirit of the @The Grammys, we want to know what you’re listening to right now! Tell us in the comments below to score a Nasty Gal gift card!” (В преддверии церемонии Грэмми мы хотим узнать, что вы слушаете прямо сейчас! Расскажите нам в комментариях ниже и выиграйте подарочную карту!);

“20% off store wide! Merry Christmas from BUNDLE!” (20% скидка во всех магазинах! С Рождеством от Банди!);

“Yes, it’s Friday! Shops are full of great new pieces and plants! Pop into one of our stores for some weekend inspiration!” (Да, это — пятница! В магазинах полно разных новых штучек и растений! Загляните в один из наших магазинов, чтобы наполниться вдохновением на все выходные!);

“So my buddy is selling his power wagon. If anyone is interested comment or slide into the dm’s. She’s rocking a 318 and manual trans. Dana 44/60. It’s definitely a fun truck. He bought it sight unseen off eBay and flew up to Washington with a bag of tools and drove it back home to SoCal. Tons of new parts to keep it on the road, reliably. 6300 or best offer. May entertain cool trades #dodge” (Итак, мой приятель продает свой мощный пикап. Если кого-то заинтересовало, пишите комментарий или пишите в личку. Он разгоняется до 318 и у него механическая коробка передач. Параметры 44/60. Это определенно классный авто. Он купил его, почти не глядя, на Ибэй и долетел до Вашингтона только с инструментами, и обратно приехал своим ходом. Тонны новых запчастей, чтобы доехать наверняка. 6300 или кто лучше предложит. Уместен небольшой торг. #додж);

“OMG we have NEW menu items debuting next week! Take a peek at our #dimsumcrunchyballs! Yep, #youreadthatright!” (О БОЖЕ МОЙ! У нас есть НОВЫЕ позиции в меню, дебютирующие на следующей неделе! Посмотрите на наши #хрустящиешарики! Да, #вычитаетеэтоправильно) [4].

Цель развлекательных постов — вовлечь и заинтересовать подписчиков, увеличить количество лайков и комментариев. Это могут быть опросы, конкурсы, мотивационные посты, юмор и мемы, поздравления, интересные истории из жизни.

Кроме того, популярен вирусный контент, которыми подписчики делятся с друзьями и знакомыми. Например:

“Never compare yourself. You are unique. BMW” (Никогда не сравнивай себя с другими. Ты уникален. БМВ.);

“Win a weekend dog sledding tour for two through the Wyoming backcountry, led by four-time Iditarod racer Billy Snodgrass” (Выиграйте тур выходного дня, поездку на собаках на двоих через Вайомингскую равнину, с четырехкратным победителем гонок на собачьих упряжках Аляски, г. Итидрод, Билли Снодгрэссом);

“Take a break and relax. #JoyofFreetoMove means you can do it anywhere you want. #LandCruiser #ТОУОТА” (Сделай перерыв и отдохни. #Радостьсвободыдвижения означает, что ты можешь это, где только захочешь. #ЛендКрузер #Тойота);

“Happy birthday, America (with sprinkles on top, of course)” (С днем рождения, Америка (с посыпкой сверху, конечно) — на фото мороженое);

“This is probably my favourite song to sing. It’s fast and fun. This is a hint for 2019 you will see this cover to some pretty sick #beats. Thanks for all the love and support I am trying to keep up to posting something new everyday. I feel #blessed to have already so many people who are taking interest in my music, life and stories. I want to share what I learn throughout my journey and share my passion and stories through music! Thank you all! Хох” (Это возможно моя любимая песня для исполнения. Она быстрая и смешная. Это — намек на 2019, Вы услышите этот #бит в новой обработке. Спасибо за любовь и поддержку, я стараюсь оставаться лучшей и постить что-то новое каждый день. Я чувствую уже себя #счастливой, имея такое количество людей, интересующихся моей музыкой, жизнью и историями. Я хочу поделиться тем, чему научилась, и выразить свою увлеченность и свои мысли через музыку! Спасибо всем! Целую!);



“Worlds of Glamour!! This is so true, all of you ladies are so beautiful!” (Мир очарования! Это на столько верно, ведь все вы, леди, так красивы!) [4].

Цель информационно-образовательных постов предоставить подписчикам важную и нужную для них информацию, вызывать доверие, сформировать имидж компетентности в заявленной области. Данные контент также разнообразен и представлен следующими вариациями: инструкциями и обучающими материалами, лайфхаками и сове-

тами, обзорами определенных групп и категорий, новостными событиями, примерами из личного опыта, консультациями специалистов, новостями, списками полезных фильмов, музыкальных подборок, списком мест, которые стоит посетить и прочее. Например:

“This #OOTD makes us to go back to school!” (Этот комплект одежды заставит вас вернуться в школьные годы!);

“Dyson’s new £250m technology campus opens today in Maimesbury, England. This latest phase of expansion extends the campus to 56 acres, providing 129 state of the art laboratories for 200 live technology projects” (Новый технологический кампус Дайсона за £250 миллионов открывается сегодня в Мэймесбери, Англия. Эта последний этап экспансии увеличивает площадь кампуса до 56 акров, обеспечивая 129 современных лабораторий для проведения 200 текущих технологических проектов);

“Definition (about sisterhood): A group of women with common interests, goals and passions who encourage and support each other on their journey through life. Mine is   @wearefempire” (Определение союза сестер: группа женщин с общими интересами, целями и увлечениями, которые поощряют и поддерживают друг друга в течение всей своей жизни. Это мое. @мыфеминоимперия);

“The #green #natural #mountains in Nuwaraleliya, also known as little UK for its climatic miracles. Which is also the district in the hisyory to produce best tea to the world” (#зеленые #природные #горы в Нуваралелии также известны, как маленькая Великобритания, своими климатическими чудесами. Это район в Хисуори, где производится лучший чай в мире);

“I’ve been practicing my conversation skills... i still suck... but the effort counts, right?♡” (Я практиковался в своем умении общаться... я до сих пор не научился... но попытка засчитывается, правильно? ♡);

“When was the last time you flipped a burger over and eaten it that way? You can do the same thing for your industry! As soon as you flip your industry on its head, everything changes. Try something new, try something different. All these successful companies like @uber and @airbnb didn’t change the ingredients, they just flipped the industry upside down! How can you get started by changing your perspective?” (Когда в прошлый раз, Вы перевернули бургер и съели его таким образом? Вы можете сделать то же самое для своего бизнеса! Как только Вы измените точку

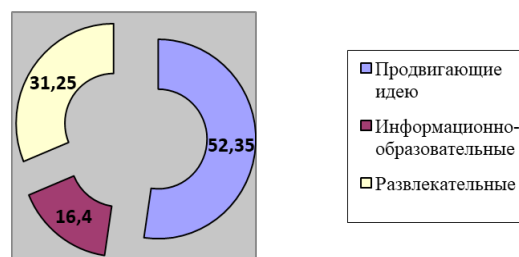
отсчета, все в корне изменится. Попробуйте что-то новое, попробуйте что-то иное. Все эти успешные компании как @uber и @airbnb не меняли состав, они просто перевернули ситуацию кардинально! А Вы можете начать, изменив Вашу перспективу на будущее?) [4].

При рассмотрении дискурса социальной сети Инстаграм на первый план выходит такая форма смыслового взаимодействия как *пост*, то есть информационный блок, размещаемый в социальной сети. *Пост* включает в себя текст и картинку (видеоряд или видеозапись), связанную по смыслу с текстом в разговорном стиле. Иногда сложно выделить четкие границы между постами, но все же в большинстве случаев это сделать возможно, по главной цели поста.

В ходе количественно-статистического анализа более 3 000 постов Инстаграм было выявлено, что наибольшее количество (52,35 %) составляют посты, продвигающие заданную идею (Диаграмма 1). Также популярны посты развлекательного характера (31,25%). Наименьшая часть публикаций англоязычной социальной сети Инстаграм представлена информационно-образовательными постами (16,4 %)

Итак, научная новизна данного исследования заключается в том, что нами в этой статье проведена попытка классификации постов в социальных сетях (на материале сети Инстаграм) с позиций лингвосинергетических принципов смысловой самоорганизации исследуемого дискурсивного

Диаграмма 1. Распределение постов по целеполаганию в англоязычной социальной сети Инстаграм



пространства. Мы полагаем, что всё многообразие постов подчиняется системообразующим параметрам дискурсивной системы. В Инстаграме это *динамическое постоянство* и *актуальность* для целевой аудитории. Автором был проанализирован массив постов социальной сети Инстаграм, выявлены их сходство и различия, предложена классификация постов в социальных сетях. Целеполагание является определяющим критерием, по которому можно выделить три типа постов: *продвигающих заданную идею, развлекательных, информационно-образовательных*.

Таким образом, процессы самоорганизации смысловых структур, их механизмы и закономерности динамического развития в режиме реального времени представляют интерес для исследователей с теоретической и практической точки зрения. Это обширное поле по фрактальному моделированию сетевого дискурса для исследователей-языковедов.

## Список литературы

1. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. — Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. / Р. Барт. — М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.
2. Голованов, И. А. Аксиологические константы русской ментальности (на материале фольклорных текстов) / И. А. Голованов, Е. И. Голованова // Вопросы когнитивной лингвистики. — Тамбов, 2015. — № 1(42). — С. 13—24.
3. Голованов, И. А. Фольклорный текст как многоуровневая структура / И. А. Голованов // Вестник ЧелГУ, 2014. — № 7 (336). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/folklornyy-tekst-kak-mnogourovnevaya-struktura> (дата обращения: 20.12.2018).
4. Инстаграм [Электронный ресурс] / URL: <https://www.instagram.com>.
5. Колистратова, А. В. Эпоха постмодерна и фольклор: отсутствие субъекта высказывания / А. В. Колистратова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота, 2011. — No 2 (9). — С. 88—90.
6. Мамонова, Н. В., Юхмина, Е. А. Линейный и нелинейные тексты в глобальной сети интернет / Н. В. Мамонова, Е. А. Юхмина // **Актуальные проблемы науки и образования в современном вузе** // Мат. III Междунар.научно-практ.конф., 7—10 июня 2017 г., Стерлитамак, Россия / отв.ред.: член-корр.РАН, д.физ.-мат.н., проф. А. И. Филлипов. — Стерлитамак: Стерлитамакский филиал БашГУ, 2017. — С. 33—38.
7. Олизько, Н. С. Постмодернистский художественный дискурс как лингвосинергетическая система / Н. С. Олизько. — Russian Linguistic Bulletin, 2015. — № 1(1). — С. 28—29.

8. Плахова, О. А. Семиотическая природа сказочного дискурса / О. А. Плахова. *Russian Linguistic Bulletin*, 2016. — № 1(5). — С. 17—18.
9. Храмченко, Д. С. Нелинейность смыслового пространства как базовое свойство английского делового дискурса / Д. С. Храмченко // *Filologos*. — 2013. -. № 19(4). — С. 82—86.
10. Юнг, К. Г. Психология бессознательного / Пер. с англ. / К. Г. Юнг. — Издание 2-е.: Когито-Центр. — Москва, 2010. — 352 с.

### Сведения об авторе

**Мамонова Наталья Васильевна** — кандидат филологических наук, доцент кафедры делового иностранного языка факультета лингвистики и перевода Челябинского государственного университета. [mamonova@rambler.ru](mailto:mamonova@rambler.ru)

*Bulletin of Chelyabinsk State University.*  
2019. No. 4 (426). *Philology Sciences. Iss. 116. Pp. 137—143.*

## CLASSIFICATION OF THE ENGLISH INSTAGRAM POSTS (LINGUOSYNERGETIC ASPECT)

*N.V. Mamonova*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. natalya-mamonova@rambler.ru*

The article considers the problem of the classification of the English Instagram posts. The author underlines two system-forming parameters of the Instagram-discourse from the point of view of linguosynergetics. They are consistency and topicality for the target audience. The concept is viewed as the synergic sense forming element in the discourse. There are figured out some key characteristics of the network folklore texts, drawing them close to the classical folklore texts. Distinguishing features of the network folklore such as multi-mediality, intermediality of the communication, hyper and intertextuality etc. are given. The author analyzed a huge number of Instagram posts, identified their similarities and differences, and offered the classification of the posts in the social networks. Goal-setting is the defining criterion by which one can distinguish three types of posts: promoting a given idea, entertaining, giving information and education. In conclusion, there are presented the results of the statistical analysis of the Instaposts.

**Keywords:** *linguosynergetics, posts, internet-discourse, network folklore, fractal self-organization, English Instagram.*

### References

1. Bart R. Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury. [System of Fashion. Articles on culture semiotics] - Per. s fr., vstup. st. i sost. S.N. Zenkina. / R. Bart. - M.: Izdatel'stvo im. Sabashnikovyh, 2003. - 512 s. (In Russ.).
2. Golovanov, I. A. Aksiologicheskie konstanty russkoj mental'nosti (na materiale fol'klornyh tekstov) [Axiological constants of the Russian mentality (on the material of the folklore texts)] / I. A. Golovanov, E. I. Golovanova // *Voprosy kognitivnoj lingvistiki* [Questions of cognitive linguistics]. – Tambov, 2015. – № 1(42). – S. 13 – 24. (In Russ.).
3. Golovanov, I. A. Fol'klornyj tekst kak mnogourovnevaya struktura [] / I. A. Golovanov // *Vestnik CHelGU* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Series: Philology], 2014. - №7 (336). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/folklornyy-tekst-kak-mnogourovnevaya-struktura> (data obrashcheniya: 20.12.2018). (In Russ.).
4. Hramchenko, D. S. Nelinejnost' smyslovogo prostranstva kak bazovoe svojstvo anglijskogo delovogo diskursa [Non-linearity of semantic space as basic property of the English business discourse] / D.S. Hramchenko // *Filologos*. – 2013. -. №19(4). – S. 82-86. (In Russ.).
5. Instagram [Electronic resource] / URL: <https://www.instagram.com>.
6. Kolistratova, A. V. Yepokha postmoderna i fol'klor: otsutstvie sub'ekta vyskazyvaniya [The era of post-modernism and folklore: the absence of the subject of the utterance] / A. V. Kolistratova // *Filologicheskie nauki*.

Voprosy teorii i praktiki [Philological sciences. Questions of the theory and practice]. – Tambov: Gramota, 2011. – No 2 (9). – С. 88 – 90. (In Russ.).

7. Mamonova, N. V., Yukhmina, Ye. A. Linejnyj i nelinejnye teksty v global'noj seti internet [Linear and nonlinear texts in the global network Internet] / N. V. Mamonova, Ye. A. Yuhmina // Aktual'nye problemy nauki i obrazovaniya v sovremennom vuze [Current problems of science and education in modern higher education institution] //Mat.III Mezhdunar.nauchno-prakt.konf.,7 – 10 iyunya 2017 g., Sterlitamak, Rossiya / otv. red.:chlen-korr.RAN,d.fiz-mat.n., prof. A. I. Fillipov. – Sterlitamak: Sterlitamakskij filial BashGU, 2017. – S. 33 – 38. (In Russ.).

8. Oliz'ko, N. S. Postmodernistskij hudozhestvennyj diskurs kak lingvosinergeticheskaya sistema [Post-modern literary discourse as a lingvosynergetic system] / N. S. Oliz'ko. Russian Linguistic Bulletin, 2015. – № 1(1). – S. 28 – 29. (In Russ.).

9. Plakhova, O. A. Semioticheskaya priroda skazochnogo diskursa [The semiotic nature of the fairy-tale discourse] / O. A. Plahova. Russian Linguistic Bulletin, 2016. – № 1(5). – S. 17 – 18. (In Russ.).

10. Yung, K. G. Psihologiya bessoznatel'nogo [Psychology of the unconscious] / Per. s angl. / K. G. Yung – Izdanie 2-e.: KogitoCentr. – Moscow, 2010. – 352 s. (In Russ.).