

Татьяна Павловна Рогожникова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, доктор филологических наук, профессор, Омск, Россия
e-mail: pmtr@mail.ru

Анастасия Сергеевна Бородихина

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, студент, Омск, Россия
e-mail: Nosya_Bo@mail.ru

Ценностные установки в дискурсе поколения Y (на материале стендап-выступлений)

Аннотация. Исследование выполнено в русле современной коммуникативно-дискурсивной парадигмы и посвящено выявлению и описанию ценностно-мировоззренческих характеристик представителей поколения Y применительно к российской действительности. Объектом исследования является корпус текстов в жанре стендап-выступлений известных российских исполнителей возрастной категории от 26 до 33 лет, предметом — аксиосфера авторов выступления, а также система факторов, влияющих на способы экспликации ценностных установок (социокультурный фон, тематика концертов, феномен «черного юмора»).

Ключевые слова: теория поколений, миллениалы, дискурс, стендап, черный юмор.

Tatiana P. Rogozhnikova

Dostoevsky Omsk State University, Doctor of Philological Sciences, Professor, Omsk, Russia
e-mail: pmtr@mail.ru

Anastasia S. Borodikhina

Dostoevsky Omsk State University, Student, Omsk, Russia
e-mail: Nosya_Bo@mail.ru

Values in the Discourse of Generation Y (Based on Stand-up Performances)

Abstract. The present article is carried out in the context of the modern communicative-discursive paradigm and is devoted to the identification and description of the value and attitudinal characteristics of the representatives of generation Y in relation to the Russian reality. The object of the study is the corpus of texts in the genre of stand-up performances of famous Russian performers of the age category from 26 to 33 years old, the subject is the axiosphere of the authors of the performance, as well as the system of factors influencing the ways of expressing value attitudes (socio-cultural background, the theme of concerts, the phenomenon of “black humour”).

Keywords: theory of generations, millennials, discourse, stand-up, black humor.

Введение (Introduction)

Теория поколений была разработана американскими исследователями Нилом Хоувом и Уильямом Штраусом в 1991 г. и адаптирована для российской действительности в 2003–2004 г. командой RuGenerations под руководством Евгении Шамис [1; 2]. С тех пор этот исследовательский подход широко используется в общественных и гуманитарных науках. Его популярность объясняется свободой выбора материала, широкоаспектностью и неисчерпаемостью темы «отцов и детей».

В настоящий момент в активной фазе жизни находятся представители поколения Y, или миллениалы, 1985–2002 годов

рождения. Обладая комплексом разнообразных социальных ролей (семьянина, родителя, работника, потребителя, гражданина), они выбирают вектор развития государства, а их черты характера и особенности поведения составляют портрет современного человека.

Один из главных способов самовыражения для миллениала — юмор. Смех во все времена был неотъемлемой частью человеческой жизни, но комическое искусство, в противовес трагическому, традиционно воспринималось низменным, безобразным. Смешали людей шуты, юриды, клоуны — эти наименования действующих лиц имели

и продолжают сохранять в своей семантике отрицательную коннотацию. Сегодня профессионалы в сфере юмора смогли добиться общественного признания и достойного вознаграждения за свое творчество. В толковых словарях слово *комик* определяется как актер комической роли, сочинитель комедийного произведения или, в широком смысле, смешной человек [3; 4; 5; 6]. Современная трактовка семантики лексемы как «автор и исполнитель шуток, выступающий на широкую аудиторию» не зафиксирована. Именно такое толкование тесно связано с юмористическим жанром «стендап», активно развивающимся в последние годы.

Критическая составляющая этого юмористического жанра восходит к древнегреческим паррезиям (форма критики «снизу вверх») [7]. С тех пор через посредство варьете и мюзиклов складывался облик стендап-комедии. Знакомые черты она приобрела во второй половине XX в. в Соединенных Штатах Америки [8]. Россия стала преемницей американского юмора: отечественные комики заимствуют форматы шоу и темы для шуток, доверяя успеху более опытных коллег. Тем не менее российский юмор нельзя назвать вторичным явлением, потому что любой материал адаптируется под ментальность аудитории [9]. Стендап-выступление — это рефлексия о прошлых событиях, отклик на происходящее прямо сейчас и прогноз на будущее. Текст такого выступления открывает большие возможности для изучения сознания поколения в коммуникативно-дискурсивном, жанрово-стилистическом и собственно языковом аспектах.

Настоящая статья выполнена в русле современной коммуникативно-дискурсивной парадигмы и посвящена выявлению и описанию ценностно-мировоззренческих характеристик представителей поколения Y применительно к российской действительности на основе коммуникативных практик, проявленных в текстах стендап-выступлений. Работа актуальна также с точки зрения междисциплинарной проблематики, означенные объект и предмет исследования эксплицированы лингвистическими методами.

Методы (Methods)

В качестве методологической основы для отбора корпуса текстов в формате стендап-концертов использовался метод контролируемого отбора: исследовались видеозаписи выступлений 2020–2021 гг. известных российских комиков возрастной категории от 26 до 33 лет на онлайн-платформе YouTube [10; 11; 12]. Основной методикой формирования эмпирической базы исследования стал метод сплошной выборки: после транскрипции видео в текст в поле зрения оказывались все полезные для исследования языковые явления; по мере просмотра также делались пометы об особенностях применения неязыковых средств. Метод индукции позволил определить ведущие ценности поколения Y на основе анализа нескольких его представителей.

Для выявления ценностно-мировоззренческих характеристик представителей поколения Y в качестве основного применялся метод дискурс-анализа: в работе были рассмотрены культурно-исторический фон, тематика концертов, приемы создания комического, лингвистические и паралингвистические средства.

Литературный обзор (Literature Review)

Теория дискурсивного анализа разрабатывалась со второй половины XX в. [13; 14]; в ее развитии принимали активное участие российские ученые. Ю. С. Степанов связывает дискурс с ментальностью и называет его «языком в языке»: это не новый язык или «подъязык», а один из «возможных миров», в котором действуют свои правила синонимичных замен, свои правила истинности, свой этикет. Результатом использования особой грамматики, особого лексикона, особого синтаксиса становится создание особого «ментального мира» [15, с. 38–44].

Важная составляющая дискурса также — «идеальный адресат». Для объяснения этого понятия Ю. С. Степанов приводит слова Патрика Серю из работы «Анализ советского политического дискурса»: «Идеальный адресат может быть определен как тот, кто принимает все пресуппозиции каждой фразы, что позволяет дискурсу осуществиться; при этом дискурс-монолог приобретает форму псевдо-диалога с идеальным адресатом... Отрицать пресуппозиции было бы равносильно отрицанию правил игры и тем самым отрицанию за говорящим-докладчиком его права на место оратора, которое он занимает» (цит. по: [15, с. 42]).

Большой вклад в исследование дискурса, и в частности дискурса юмористического (значимого для русской ментальности в целом), внес В. И. Карасик. В монографии «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» ученый упоминает концепцию М. М. Бахтина о карнавализации ценностей общества как необходимом механизме социального развития. В связи с этим он замечает: «... Чем более значимой для общества является та или иная ценность, тем более вероятно вариативная детализация норм, связанных с этой ценностью, и соответственно появление различных карикатурных изображений этих норм» [16, с. 266].

С точки зрения отношения к табу автор выделяет три позиции: 1) запрет носит сакральный характер, поэтому его высмеивание является святотатством и кощунством; 2) запрет носит моральный характер, представления его в комическом свете для некоторых людей приемлемо, для некоторых — нет; 3) запрет носит условный характер, его осмеяние санкционировано в данной культуре. Эти запреты исторически изменчивы и индивидуально вариативны [16, с. 269].

Относительно молодая теория поколений успела завоевать внимание исследователей различных научных дисциплин. Особенно часто встречаются статьи, содержащие ее прикладное значение: как обучать новое поколение, которое не представляет свою жизнь без гаджетов [17]; какой рекламой привлечь искушенных зрителей [18]; как работодателю удержать тех, кто не готов тратить годы на карьерный рост, а хочет «здесь и сейчас» [19].

Обширная характеристика поколения Y содержится в статье Е. М. Ожигановой «Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения» [1]. Значимыми для нашей концепции необходимо признать следующие положения о миллениумах:

- 1) отрицают общепринятые идеалы и не признают авторитетов;
- 2) слишком быстро принимают решения;

- 3) нацелены на мгновенный результат;
- 4) поздно взрослеют, боятся ответственности, а потому откладывают брак и детей;
- 5) зависимы от технологий;
- 6) тяжело воспринимают большие объемы информации, предпочитают текстовым документам изображения, фильмы, аудиофайлы;
- 7) предпочитают виртуальное общение реальному;
- 8) с трудом приходят к компромиссам и не желают довольствоваться малым;
- 9) переносят механизмы компьютерной игры в реальную жизнь: они не хотят действовать без четких указаний и очевидной выгоды [1, с. 96–97].

Все эти особенности нашли отражение в текстах стендап-выступлений, авторы которых позиционируют себя в роли субъектов речемыслительной и коммуникативной деятельности носителей русского языка определенной социальной («поколенческой») группы.

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Девяностые годы — время детства и юности миллениалов. С одной стороны, 1990-е запомнились смелыми экспериментами, «бумом» молодежных субкультур, отсутствием цензуры, а с другой — безденежьем, разгулом преступности и дефицитом товаров. Как правило, шутки, связанные с этим периодом, обнаруживают различия между детьми девяностых и детьми нулевых или между молодыми людьми нынешнего поколения и их родителями в том же возрасте. Миллениалы утверждают, что в детстве у них не было такого тотального контроля, как у нынешних зумеров (представителей поколения Z, родившихся в первые десятилетия XXI в.): пока родители пытались заработать в кризисный для страны период, дети поколения Y часто были предоставлены сами себе. Интернета и изобилия игрушек тоже не было, поэтому приходилось включать воображение и развлекать себя подручными средствами: *Я не думаю, что современные дети будут играть в то, во что мы играли в детстве. Мы вот с братом в детстве очень любили играть в наука. <...> Потрясающая игра. Короче, ловите наука, ловите несколько мух, нарезаем мух помельче-помельче. Соль-перец по вкусу — это уже как вам больше нравится. Сервируете красиво на тарелочку, кладете приборы, зажигаете свечи, приглушенная музыка, всё очень романтично. Приносите наука, сажаете его и говорите: «Приятного аппетита, наука...»* [12]

Вопреки тому, что «играем» в детстве пришлось быть самостоятельными, они отмечают, что являются менее ответственными и трудолюбивыми, чем были родители в их возрасте: *Мне бабушка рассказала недавно историю о том, что у нее в 30 лет нашли опухоль в груди, она поехала на операцию, и врач ей говорит: «Ну ты чо, кобылка, ты же еще молодая — роди, и рака не будет». <...> Родила. И рака не стало. Представляете? И сейчас моей тете 33 года, у нее уже свой ребенок, нет работы, и она живет с бабушкой. И у меня есть вопрос: бабушка, а ты... Точно*

* Здесь и далее сохранены наиболее яркие фонетические особенности речи выступающих.

от опухоли избавилась? Точно ли опухоль... Прошла? Или переродилась и такая: «Я теперь твоя дочь! Я с тобой на всю жизнь!» [10]

Еще один повод для шуток — сравнение психастении миллениалов, которая часто становится преградой для достижения целей, карьерного роста, саморазвития, и титанической стойкости их родителей, не позволявших себе уделить время глубокому самоанализу и ожиданию мотивации извне. Однако не остается без внимания и обратная сторона медали — многочисленные ошибки, которые допустили родители в воспитании детей по меркам нынешней психологии: *Я не обвиняю маму в том, что она меня так воспитывала. Нет обид, потому что я видел, что она пыталась. Она пыталась быть доброй, говорить о любви. Пыталась. Пыталась сказать: «Я тебя люблю», но каждый раз получалось что-то типа: «Ты мне как родной»* [10].

В наши дни на первый план выходят проблемы межличностного общения. Во-первых, с активным внедрением гаджетов и социальных сетей люди стали терять навыки непосредственной коммуникации. Во-вторых, негативно на самоощущение индивида влияет несоответствие между образом из интернета и реальностью. В этом ключе стендаперами высмеиваются анкеты на сайтах знакомств, в которых пользователи предстают раскованными, а при встрече чувствуют себя неловко и не знают, как вести диалог:

1. *Вас не раздражает знакомиться с новыми людьми? <...> Ты, значит, Андрюха... Класс... Больше всего напрягают эти тусовки, вечеринки, где очень много незнакомых людей, когда нужно постоянно с кем-то стоять, говорить... Когда начинается эта тема, типа: «А ты какого года рождения, Вань? <...> О, и я 93-го. А ты какой месяц? <...> О, так ты старше, получается». <...> Здорово-то как* [11].

2. *Еще ж всегда нужно правильно заканчивать диалоги с людьми. Нельзя в конце просто сказать: «Конеч!» <...> Нет, нужно что-то стоять, придумывать какой-то финал разговора...* [11]

В выступлениях также обсуждаются последствия капиталистической идеологии: эгоистичное поведение и потребительское отношение к окружающим становятся чертами времени. В современном мире феномен любви (дружеской, романтической, родственной) обесценивается. В примере обыгрывается аналогия между семейными связями и отношениями рыночных субъектов: *У меня батя вообще интересный человек: у него три брака, и от каждого брака по ребенку. <...> Половину его жизни у него с карты снималась примерно одна и та же сумма денег. Кажется, в налоговой думали, что у него ИП <...> Так еще получилось, что все дети живут в разных городах. У меня не отец, а франшиза* [10].

В этом же монологе по отношению к людям используется характеристика вещи: *Я до сих пор не понимаю, кто эти люди мне — брат с сестрой. <...> Как мне их знакомить с людьми? Они ж даже не сводные. Ну, то есть, если сводный брат — сестра, должен быть хотя бы один родитель общий. <...> Вот, Андрей, знакомься: это Оля и Никита — твои коллеги по многодетной семье... Ты же просил братика или сестренку...» Так я новых просил. Чо ты мне этих поношенных принесла? [10]*

Другой комик тоже принижает значимость родственных отношений: *Я с блокнотом должен был смотреть вашу «Игру престолов»? Я родственников своих не помню, как зовут, если что* [11].

Часто комики утрированно рисуют картину будущего, предлагая зрителям задуматься о негативных последствиях радикальных общественных движений. На первый план у миллениалов выходят темы феминизма, бодипозитива, культуры отмены, чайлдфри: *Меня воспитывали сильные женщины. С сильными женщинами тяжело. Очень тяжело. Да, сильные женщины и слабыхарактерные мужчины — вот кто меня воспитывал. И я часто видел в детстве, как бьют мужчин. Я еще тогда в детстве пообещал себе: «Андрей, ты никогда не ударить мужчину»* [10].

Не остаются без внимания и политические вопросы: коррупция, бандитизм, цензура, произвол. Критике подвергаются чиновники в их обобщенном образе:

1. *Сколько комнат в квартирах у этих чиновников согласно этим документам? <...> Сорокакомнатная квартира... Это на какой случай? Если тебя придет вязать ОМОН, ты мог бегать из комнаты в комнату, как Скуби-Ду?* [11]

2. *Я так понял, детскими книжками точно не воспитаешь нормального человека. Мне вот щас подарили книжку — на ней прям написано: «Развивающая книга». <...> Книга называется «Автомобильчик». Первая страница: автомобильчик ехал, увидел полицейскую машину и побибикал ей. <...> Вторая страница: автомобильчик ехал, увидел грузовичок и побибикал ему. Третья страница: автомобильчик ехал, увидел скорую помощь и... Да, ребят, абсолютно, к 15-й странице ты просто такой: «А, я понял смысл книги». <...> Там нету сюжета. Я понимаю, что это детская книга, я не жду от нее невероятной какой-то концовки. <...> Но какой-то вывод, чтобы детям было чему поучиться. Ну не знаю там... Ехал черный геленд-ваген, и автомобильчик побибикал ему. Оттуда выходят люди в кожаных куртках, ломают автомобильчику бибику — и вывод: с тех пор автомобильчик лишней раз никому не бибикал, спокойно по городу ездил...» [12] (В примере используется проверенный временем прием для обхода цензуры — эзопов язык.)*

Стендап-комедия неразрывно связана с феноменом черного юмора. Как отмечалось выше, чем устойчивее ценность, тем больше соблазн выставить ее в комичном виде и вступить в конфронтацию с общественными стереотипами. Во-первых, провокационные высказывания помогают удерживать внимание аудитории. Учитывая минимализм, присущий жанру стендапа (как правило, в распоряжении выступающего есть только микрофон и его артистические данные), комик должен задуматься о внедрении в повествование акцентов, которые вызовут бурную эмоциональную реакцию публики. Во-вторых, черный юмор помогает провести идентификацию «свой — чужой»: на этапе использования комиком «пикантных» шуток многие из аудитории отсеиваются, считая такой материал неприемлемым. В-третьих, стендап-выступление — это возможность обсудить табуированные темы «с трибуны», на широкую аудиторию. Еще в Средневековье критика высокопоставленных

особ звучала из уст шута: многие умные люди примеряли этот образ, чтобы избежать наказания за свои смелые изречения [20]. Темы для шуток разнообразны: от «вечных» (смерть, болезнь, старость, война) — до самых актуальных, «на злобу дня».

1. *Я просто еще в Москве кофе за 300 рублей покупаю. Ну, 300 рублей за кофе. Не за кокаин. «Фе» на конце вместо «каин»* [11].

2. *Бриться надо всю жизнь. В плане бриться, честно говоря, так рад, что я парень, что мне главное лицо, по сути, побриться. Девушкам же нужно, ну, всей полностью бриться. На месте девушек я бы просто раз в неделю на три секунды в огонь бы заходил. Ну, чтоб обсмолило их <...> всех, как свиной* [11].

3. *Что вы знаете о детях? Кто-то крикнул «дорого». Это если ты собираешься покупать ребенка, а если рожать — не так и дорого, это бюджетно* [12].

4. *Как это называется... Наука о феминизме — как это называется, ты не помнишь? <...> <Из зала: «Феминизматика»>. Не, это чо-то математическое. Типа: «Найти площадь феминистки». Это, кстати, очень легко. Типа: «πR²»...» [12]*

5. *Абсолютно перестал злиться на стариков, знаете, которые тупят на дорогах. Все им сигналият <...> Так куда ему... ехать? Умереть можно и на перекрестке...» [12]*

Артистические данные стендап-комика — вопрос неоднозначный. Жесты они используют редко — лишь в определенных случаях, когда те удачно дополняют рассказ, помогая ярче обрисовать картину происходящего и сэкономить речевые усилия. Ритм и темп речи — сугубо индивидуальные характеристики: есть комики с тусклой и монотонной речью, невыразительной мимикой, но и они нашли своего зрителя [21]. Этот феномен объясняется тем, что невозмутимый вид при произнесении святотатственных вещей, как правило, вызывает бурную реакцию публики. Кроме того, медленная речь успокаивает и, как отмечают зрители, обладает «гипнотическим» эффектом.

Таким образом, несовместимые, на первый взгляд, со сценой качества становятся «визитной карточкой» артиста, его фирменным стилем. В целом в ситуации стендап-выступления действуют те же правила, что и в ситуации бытового общения: коммуникант делает паузы перед важными частями, драматизируя рассказ и усиливая комический эффект. Некоторые шутки могут строиться на акцентуации отдельных слов: *Ситуация такая: мы вдвоем живем в квартире, которую я снимаю за 100 тысяч. Если кто не расслышал: мы **вдвоем** живем в квартире, которую я **один** снимаю за 100 тысяч, а она сдает свою квартиру...* [11] Кроме того, изменение речевых характеристик помогает комику разыгрывать диалог, переходя от одной роли к другой, без помощи дополнительной внешней атрибутики.

Такая актерская стилизация прослеживается и на лексическом уровне. Речь стендап-комиков псевдоспонтанная: они воспроизводят готовый материал [22]. Тем не менее выступления изобилуют дискурсивами (*ну, короче, прикиньте, типа*); вульгаризмами (*Сильные женщины не говорят, как делать правильно — они по полочкам, последовательно тыкают тебя мордой в ошибки и говорят, как*

надо, и делают всё за тебя [10]; Я бы спал и спал, пока не **сдохну** [11]); жаргонизмами (*Это очень кликбейтный ролик* [10]; *Я устал быть ноунэймом* [10]); просторечиями (...*Вернее, один родственник — бывает на общих праздниках... Какой-то такой... Дядька или тетяка — подходит к тебе и говорит: «Пойдем, Андрюшка, выпьем, пока папка не видит»*). А **папка** как бы с нами не жил. И я **чо-то** запил с тех времен [10]) и бранной лексикой.

Меняя темы или повествуя от другого лица, комик переходит в разные семантические поля и стилистические регистры («Психология»: *Вас когда-нибудь буллили за репродуктивные способности матери?* [10]; «Интернет»: *У меня от маминых репостов выхлопа больше, я вам так скажу, чем от журнала «Максим»* [10]; «Преступный мир»: *Ко мне перед выездом мусорá домой пришли...* [12] и т. д.). Широко используются интертекстуальные элементы. Например, в монологе о детстве присутствует прецедентный фольклорный текст — детская клятва: *Клянусь сердцем матери и кровью отца* [10]. Таким образом, для зрителя важны не столько физические характеристики речи стендап-артиста (темп, громкость, тембр и т. д.), сколько предмет разговора и способ его выражения: знакомые ситуации (идентификация «свой — чужой») должны преподноситься понятным языком (неформальный стиль), а приемы, которые использует комик для создания юмористического эффекта, показывают уровень его мастерства.

Молодое поколение стремится к сохранению и приумножению индивидуальности: в настоящий момент на сцене наблюдается большее разнообразие артистов. Возраст, семейное и финансовое положение, образование, особенности внешности и артикуляции — не решающие факторы в сфере юмора. Профессия стендапера получила резкую популярность в последние годы в связи с ее доступностью для всех желающих, что обещает большие перспективы для талантливых комиков: *Я представляю, как оказалось, когорту искренних комиков. Да, мы вовремя поняли, что травмы — это капитал. Зачем я это испытывал? Я это монетизирую, правильно?* [10]

Заключение (Conclusion)

Стендап-выступления являются богатым материалом для анализа современного состояния языка и составления портрета поколения. На основании исследования можно сделать предварительный вывод о том, что представители поколения Y, с одной стороны, равнодушно, а порой и цинично, относятся к любым взаимоотношениям: они не чувствуют необходимости общаться с родственниками и даже запоминать их имена. С другой стороны, миллениалы часто испытывают одиночество и страдают оттого, что потеряли навыки прямого общения. Представить себя новым людям в жизни оказывается сложнее, чем написать короткую анкету в интернете, а взаимодействовать с социумом — не то же самое, что управлять компьютерным персонажем с помощью привычного набора клавиш. Замкнутый образ жизни множит страхи и неуверенность миллениалов, поэтому те не спешат взрослеть и брать на себя ответственность. Вместе с тем им хватает смелости высказывать непопулярное мнение, часто — эпатажно. Миллениалы не признают авторитетов, догм и часто используют черный юмор, представляя святые, неприкосновенные для общества темы в комическом свете.

Тем не менее стоит критически подходить к тексту стендап-выступлений, поскольку не все озвученные идеи на самом деле являются мнением комика. Некоторые шутки выполняют лишь эстетическую и творческую функции и занимают заданное заранее место в сценарии, потому что гарантированно вызовут реакцию аудитории. Стендап — это причудливое сочетание рефлексивного анализа внутреннего и внешнего мира автора с миром комедии, где, как известно, вещи имеют свойство видоизменяться.

В шутках прослеживается и преемственность с другими поколениями комиков. Взаимодействие полов, сатира на власть имущих, смысл жизни, *memento mori* — темы неисчерпаемые, вечные. Чтобы наладить связь поколений, необходимо находить эти точки соприкосновения.

Библиографический список

1. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1 (1). С. 94–97.
2. RuGenerations — российская школа теории поколений : [сайт]. URL: <https://rugenations.ru> (дата обращения: 22.01.2024).
3. Комик // Толковый онлайн-словарь русского языка Ожегова С. И. : [сайт]. URL: <https://clck.ru/38zqXz> (дата обращения: 22.01.2024).
4. Комик // Толковый онлайн-словарь русского языка Ефремовой Т. Ф. : [сайт]. URL: <https://clck.ru/38zqYN> (дата обращения: 22.01.2024).
5. Комик // Малый академический словарь Евгеньевой А. П. (МАС) : [сайт]. URL: <https://clck.ru/38zqYt> (дата обращения: 22.01.2024).
6. Комик // Толковый онлайн-словарь Кузнецова С. А. : [сайт]. URL: <https://clck.ru/38zqZL> (дата обращения: 22.01.2024).
7. Фуко М. Дискурс и правда: проблематизация паррезии // Соционавтика : интернет-журнал социальных дискурс-исследований. URL: <https://clck.ru/38zqpx> (дата обращения: 22.01.2024).
8. Филиппова В. К., Опарина Н. А. История возникновения жанра «Стендап» // Актуальные проблемы и современные тренды науки, культуры, искусства в творческом образовании : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. М. : Учебный центр «Перспектива», 2022. С. 585–588.
9. Курдова А. В., Алифанова О. Г. Концептуальные особенности юмористического дискурса в англо- и русскоязычном жанре stand-up // Актуальные проблемы лингвистики и методики : материалы XI Междунар. студ. науч.-практ. конф. Екатеринбург : [б. и.], 2019. С. 36–41.
10. Айрапетов А. Запрос на искренность // YouTube : [видеохостинг]. 2021. 16 июля. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dligzsjK26Y&t=3038s> (дата обращения: 22.01.2024).

11. Усович И. Еще один день // YouTube : [видеохостинг]. 2020. 24 дек. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yh6NYuc9gC0&t=155s> (дата обращения: 22.01.2024).
12. Квашонкин А. Мы будем сильно по тебе скучать // YouTube : [видеохостинг]. 2021. 30 янв. URL: https://www.youtube.com/watch?v=07LzEiF8_kk (дата обращения: 22.01.2024).
13. Бабаян В. Н. Различные подходы к определению понятия «дискурс» и его основные характеристики // Верхневолжский филологический вестник. 2017. № 1. С. 76–81.
14. Романов А. А., Белоус Н. А. История дискурсивного анализа как междисциплинарной области // Мир лингвистики и коммуникации. 2010. № 20. С. 61–67.
15. Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века : сб. ст. М. : Изд-во Рос. гос. гуманитар. ун-та, 1995. С. 36–45.
16. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
17. Сулейманова О. А., Водяницкая А. А. Сетевые технологии в системе обучения learning by doing // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11, № 1. С. 90–99. DOI: 10.18721/JHSS.11107
18. Калинина Е. К., Пешникова Д. И. Восприятие индивидуального продукта поколением миллениалов (эмпирический взгляд) // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2020. № 7. С. 28–38.
19. Исмаилова Т. Ю., Нерсиян А. М. Поколение Y, или миллениалы: как привлечь и удержать наиболее эффективных сотрудников // Кадровый форум Черноземья : сб. ст. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2018. С. 148–153.
20. Чернова С. В. История шутовства // Филологические науки в МГИМО. 2015. № 4. С. 168–177.
21. Пинаевский А. Иван Усович — разбор голоса и речи | Диктор анализирует голос // YouTube : [видеохостинг]. 2020. 17 авг. URL: https://www.youtube.com/watch?v=w-2_yJyQen8 (дата обращения: 22.01.2024).
22. Горлышкина Н. Ю., Свойкин К. Б. Англоязычный юмористический дискурс stand-up show: концепт комического // Огарёв-online. 2016. № 17. URL: <https://clck.ru/38zqnQ> (дата обращения: 22.01.2024).