

*ГЛАДУШ Н. Ф., ГАЛИЦЬКА Є. А.
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

ПРОТОТИПОВА МОДЕЛЬ АНГЛІЙСЬКИХ ІНТЕРНЕТ НІКОНІМІВ

У статті розглядаються структурні характеристики ніконімів англomовного Інтернет дискурсу. Ніконіми визначаються як субтекстові утворення віртуальних текстів комунікації, які характеризуються об'єднанням двох семиотичних кодів (вербального і невербального). Кожний складник ніконімів репрезентується різними інваріантними моделями.

Ключові слова: ніконім, інтернет комунікація, прототипова модель, вербальний і невербальний складники.

В статье описываются структурные характеристики никонимов англоязычного Интернет дискурса. Никонимы представляют собой субтекстовые образования, в которых объединяются два семиотических кода (вербальный и невербальный). Каждый из кодов представлен разными инвариантными моделями.

Ключевые слова: никоним, интернет коммуникация, прототипическая модель, вербальный и невербальный компоненты.

The article deals with structural aspects of the English internet nickname. Nicknames are defined as subtext constructions with two semiotic codes (verbal and non-verbal). The components of the nickname are represented by different invariants.

Key words: nickname, internet communication, prototypical model, verbal and non-verbal components.

Постановка проблеми і її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. Стрімкий розвиток Інтернет комунікації призвів до виникнення нової філологічної галузі філологічної науки – Інтернет лінгвістики [1]. Однією з особливостей Інтернет комунікації є використання ніконімів (Nicknames), які компенсують відсутність можливості побачити співрозмовників, або отримати інформацію щодо їх статі, віку, расової приналежності тощо [2]. Ніконіми функціонують як засоби індивідуальної репрезентації [3], надаючи можливість комунікантам виокремити себе, окреслити свою особистість у гомогенно-безособовому кіберпросторі.

Ніконіми, як складники віртуальної комунікації, є невід'ємними компонентами електронних текстів, у межах яких вони ідентифікуються як субтекстові утворення, об'єднуючи у собі як загально текстові, так і специфічні ознаки. Це свідчить про доречність застосування поняття текста – прототипу до ніконіма. Проблема виведення знання про тип (категорію) [4:192] у дослідженнях з лінгвістики тексту, пов'язана з пошуками нових підходів до визначення статусу текста, його базових

характеристик, критеріїв їхньої класифікації, а також з вивченням найсуттєвіших властивостей, прототипових характеристик, взаємодія котрих і забезпечує текстову специфіку та якісну визначеність. Таким чином, проблема полягає в апроксимаційному розповсюдженні властивостей тексту на субтекстові утворення – ніконіми, якщо виходити з припущення, що властивості субтексту асимптотично наближаються до властивостей тексту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Текст-прототип розуміється як певна характерна сукупність най значущих прагматичних, семантичних та синтаксичних властивостей тексту. Ця сукупність обумовлена змістом тексту, метою комунікації, соціальними та історичними фактами. З точки зору певної лінгвокультурної спільності текст-прототип найкраще репрезентує у концентрованому вигляді вірогідні риси того чи іншого класу текстів [5:63]. Подібне тлумачення тексту-прототипу є закономірним розвитком прототипового підходу до дослідження мовних одиниць, об'єднує у собі положення семантики стереотипів [6], семантики прототипів [7], а також принцип родинної схожості [8]. Хоча концепція семантики стереотипів є переважно психологічною, а не лінгвістичною, оскільки спирається переважно на елементарні загально психологічні механізми, що пов'язані із селекцією, упорядкуванням інформації та спрямовані на підтримання ідентифікації окремого об'єкту та категорії [9]. Через це для вивчення лінгвістичних об'єктів краще підходять дослідження, що спрямовані на встановлення родинної схожості між ними [10], а також дослідження прототипів як “кращих зразків” певної категорії [**Ошибка! Закладка не определена.** 7].

При аналізі поняття “гра” [10:31–33] зазначається, що всі ігри можна об'єднати за принципом родинної схожості, який ґрунтується за наявності якої-небудь спільної ознаки в іграх, що порівнюються. Це відкрило можливість для розуміння того, як відбувається розвиток категоризації та підключення нових членів категорії. Члени однієї тієї ж категорії необов'язково виявляють повну тотожність характерних ознак, а навпаки, можуть об'єднуватися за наявності деяких спільних рис (або рис, що їх наближують); відповідно, члени однієї категорії можуть бути зв'язаними без того, щоб поділяти всі її обов'язкові властивості.

Прототипова категорія може об'єднувати члени з нерівним статусом, тобто з такими ознаками, що неповністю повторюються і збігаються. Один з таких членів може мати привілейований статус, репрезентуючи собою найкращий зразок свого класу, тобто найповніше відповідаючи уявленню

про суть об'єднання та його прототип, навколо котрого групуються інші члени. На відміну від Л. Вітгенштейна, прихильники теорії прототипів приймають постулат про угруповання членів категорії всередині її простору на певній дистанції від прототипу (кращого зразка). Має місце певне “згущення” предметів навколо зразка, але більшість з них із прототипом не збігається [11:86–97]. Ступінь відносності будь-якого об'єкта у своїй категорії забезпечується наявністю у нього необхідних та достатніх ознак, або наявністю у нього ознак за принципом родинної схожості, або його наближенню до прототипу.

Текст-прототип, на відміну від центрального концепту прототипової семантики, що позначає “кращий зразок”, тобто одиницю, яка реалізує властивості, спільні з іншими одиницями певної групи, у найчистішому вигляді, та найповніше, без домішок інших властивостей [11:100], репрезентує одиницю, яка виявляє у найбільшому ступені властивості, спільні з іншими одиницями певної групи [12:170], тобто одиницю, яка наближається до поняття гнучкого варіанта.

М. Рендквіст запропонувала спеціальний термін для позначення текстового інваріанта – це текстова типова схема [13:69]. Цей термін ґрунтується на визначенні текстового типу як концептуальної моделі формування схожих текстів, котра базується на прототиповому значенні цих текстів [14:133–141]. При цьому необхідно розрізняти два рівні описання текстових схем: теоретичний і прагматичний. Теоретична текстова схема, або власне текстовий інваріант, охоплює усі об'єктивні характеристики певного типу тексту та описує теоретичний, абстрактний текст. Прагматична схема – це опис конкретного реального тексту певного типу, тобто індивідуальний, ситуативно обумовлений варіант теоретично “повної” текстової схеми [13:75–76]. Схема тексту має постійні, специфічні для кожного типу тексту властивості, і не є довільними. Але необхідно враховувати, що реальні тексти розрізняються варіантами сполучення своїх загальних об'єктивних характеристик.

Текст – прототип є абстрактним конструктором, що створюється на підставі “накопичення” рис реальних текстів певного типу. Думка про те, що існує функціонально обумовлена ієрархія стабільності та однорідності по відношенню об'єктів до того або іншого прототипу [15:216], дозволяє зробити висновок про те, що текст-прототип підпадає під оптимізацію за певними параметрами відповідно певної функції, а через те можна припустити, що через прототипізацію тексту відбувається параметризація його властивостей. Під параметром розуміється градуйоване

упорядкування виборів. Це упорядкування віддзеркалює межу варіювання, а через це і відповідає певному інваріанту [16:115–117].

Постановка завдання (цілі статті). Створення прототипової моделі інтернет-ніконімів передбачає їх параметризацію, певне структурне упорядкування, що є **метою** дослідження. **Актуальність роботи** полягає у тому, що здійснюється спроба окреслити статус Інтернет ніконімів як субтекстових утворень у межах віртуальних текстів комунікації. Оскільки англійські Інтернет ніконіми не досліджувалися в аспекті їхньої параметризації, то здійснення параметризації цих субтекстових утворень з метою побудови прототипової моделі обумовлює **наукову новизну** дослідження. З огляду на гнучкість прототипової моделі виникає можливість ідентифікувати найзагальніші ознаки Інтернет ніконімів, враховуючи інваріантність. **Об'єктом дослідження** є англійські ніконіми Інтернет комунікації, що вживаються на форумах і у чатах. **Предмет дослідження** пов'язаний з параметрами цих субтекстових утворень, які беруть участь у формуванні прототипової моделі.

Виклад основного матеріалу. Ніконіми ідентифікуються у першу чергу за своїм функціональним навантаженням, а саме: вони слугують індикаторами адресантності. Функція індикатора адресантності визначається необхідністю ідентифікації (частіше за все опосередковано) автора, відправника тексту у межах чату. Визначення адресанта певних текстів становить деяку проблему, особливо якщо такі тексти не містять чітких вказівок стосовно авторства [17:29]. У цьому розумінні ніконіми можна ототожнити з опосередкованим індикатором адресантності в Інтернет дискурсі. Ніконіми є невід'ємним компонентом Інтернет комунікації, він ніби то “вплетений” у текстову канву і набуває ознак субтексту, напів автономного текстового утворення, що може функціонувати як самостійний елемент у межах конкретної віртуальної текстової комунікації.

Аналіз корпусу Інтернет ніконімів свідчить про те, що ніконіми об'єднують у своєму складі два семіотичних коди (вербальний і невербальний). Кожний із семіотичних кодів може бути умовно репрезентований у вигляді взаємно перпендикулярних площин, що свідчить про різну природу кожного коду. Взаємно перпендикулярні площини об'єднані спільною віссю, яка символізує структурно-семантично-функціональну єдність складників ніконімів (див. Рис. 1).

У складі всіх ніконімів містяться вербальні знаки, які репрезентовані різними шрифтами. До графічно-фігуральних засобів, котрі за своєю

природою є немовними, але отримують певне мовне оформлення, належать друковані та деякі диференціюючи допоміжні елементи друкованих засобів: виділений шрифт (курсив), жирний (тонкий) шрифт, великий (дрібний) шрифт, чисте (заштриховане) зображення, використання різних кольорів тощо [18:136–137].

Використання різних шрифтів (шрифтове варіювання) дозволяє виділити текстові фрагменти, і передати певний додатковий смисл, виражений вербально. Шрифтове варіювання та багаторівневе виділення належать до засобів візуалізації вербальної інформації [19:84]. Фактично шрифтове варіювання належить до екстралінгвістичних засобів смислової структури друкованого тексту. При формуванні текстових конструктів необхідно враховувати шляхи втілення екстралінгвістичних засад формування смислової текстової складової, зокрема вибір варіювання шрифтів [20:23]

Аналізуючи графічну репрезентацію Інтернет ніконімів необхідно враховувати, що графічний простір є невід'ємною частиною письмового тексту, поза простором текст не реалізується, оскільки будь-яка інформація не може існувати поза кодом конкретного носія [21:91], при цьому підкреслюється приналежність шрифтового варіювання, багаторівневого виділення до візуалізації вербальної інформації [20:81–82].

У межах віртуального графічного простору чатів ніконіми мають значне розмаїття шрифтової варіативності. Найпоширенішим варіантом є вживання лише малих літер (*alcohol nicks*), альтернативним варіантом є вживання лише великих літер (*BRUTAL JUSTICE*). Має місце традиційне поєднання великих і малих літер, відповідно до граматичних традицій (*Bobby Brown & Whitney Houston*), протилежним варіантом є чергування великих (непарні позиції) і маленьких (парні позиції) літер всупереч правопису (*CiNdErELLa*). До змішаного варіанту належить вживання великих літер (капіталізація) та пропусків (*EXTRAVAGANT*). До цього ж варіанту належить також поєднання пропусків з непарною капіталізацією (*CrAzY MiNd*). Привертає увагу стилізація під грецьку абетку, де латинська літера “E” репрезентується через грецьку “Σ” (*MΣNDΣLΣYΣV*). До прийому стилізації належить також вживання символу долара замість ініціальної літери (*\$shadow O.o kitter*), а також стилізація під готичний шрифт (фрактуру) першої літери (*Richard the Lionheart*). Це свідчить про те, що базова протитипова модель інтернет ніконіма набуває обрисів варіативності, а площина невербального складника розщеплюється на

окремі шари, де Φ' репрезентує шар шрифтового варіювання (див. Рис. 2). Оскільки ніконіми були визначені як індикатори адресантності (при цьому вони ідентифікуються за ознаками шрифтової варіативності), то можна припустити, що шрифтова варіативність виконує функцію індикації адресантності. У цьому випадку спостерігається певна функціональна аналогія щодо індикації адресованості, яка була виявлена у фарм. інструкціях [21:28]. Зазначимо, що цим не обмежується площина невербального складника ніконіма.

Оскільки дослідження Інтернет-дискурсу отримує останнім часом подальший розвиток, то виникають нові ракурси дослідження, які долають вузько лінгвістичний підхід до мовних одиниць, залучають до орбіти мовознавчих досліджень так звані креолізовані, семіотично ускладнені тексти, у структуруванні яких задіяні засоби різних семіотичних кодів, у тому числі іконічні засоби [22:74].

Зовнішню організацію Інтернет-дискурсу становлять: графічна сегментація тексту і його розподіл на моніторі, шрифтовий і кольоровий набори, цифри, засоби іконічної мови (малюнки, фотографії, таблиці, схеми тощо). У той час як одні нелінгвістичні засоби виступають як самостійні носії інформації та є самодостатніми для розкриття змісту текста (наприклад, малюнок, фотографія), інші нелінгвістичні засоби використовуються як допоміжні до вербальних і вносять додаткові семіотичні та екстралінгвістичні відтінки до його змісту (наприклад, шрифтове варіювання, розрядки), значна частина паралінгвістичних засобів не має прямого відношення до змісту, але створює оптимальні умови для його сприймання (наприклад, формат аркуша, якість паперу тощо) [23:71].

Щодо проблеми невербальних знаків, то необхідно врахувати загальне поняття знаку, який визначається як дещо, що виступає для когось (інтерпретатора) у ролі представника чогось (об'єкта) у силу певної особливості або властивості. Знак є сутність, що характеризує потрійний зв'язок між Репрезентантом, Об'єктом і Інтерпретатором. Знаки бувають трьох видів: ікони, індекси, символи [24:4]. Розмежовують вербальні та невербальні текстові знаки. До останніх належать іконічні знаки (малюнки, портрети), схематичні (схеми, креслення), символічні (формули, цифри) [25:206].

Необхідно зазначити, що в окресленому для дослідження корпусі ніконімів невербальні складники не використовувалися у чистому вигляді, а завжди були поєднані з вербальними компонентами. Використовуються

арабські цифри (*10 gallon head, 19_m_scotland, addicted-2-pain*). Має місце поодиноке використання нотних знаків (♫ *Chew Gum* ♫®), поліграфічних символів (***L@uReN***), математичних символів, які позбавлені своєї математичної семантики (*+*bat*+, >THE < >BLONDE< >GUY<, (U)broken and getting around(U)*). У наведених прикладах символ “+” не відповідає математичній операції додавання, символи “>/<” не є індикаторами «більше/менше», а круглі дужки “()” не позначають послідовність математичних дій. Використання символів гральних карт (♣ *Richard the Lionheart* ♠) дозволяє уникнути вживання слів, наприклад слова “*King*”.

Іконічні нелінгвістичні засоби репрезентовані антропоморфними варіантами (♥*Ace*), наприклад, емотіконами (*adam*☺). Неантропоморфні варіанти самостійно не вживаються, а виступають разом з антропоморфними варіантами (символами), утворюючи змішані варіанти (☺''' →↔'''*ROCK BOY, ✂<Scissor Hands*♥), що дозволяє доповнити варіативну прототипову модель інтернет ніконіма (див. Рис. 2). Площина невербального складника ① поповнюється шаром цифр ①''; символів (математичних, нотних, тощо)①'''; іконічних засобів (антропоморфних, не антропоморфних) ①'''. Площина невербального складника ① може розмежовуватися на значну кількість шарів, враховуючи залучення різноманітних паралінгвістичних засобів. При цьому позиція крайнього шару ①[∞] все одно залишається перпендикулярною по відношенню до площини вербального складника. Це відповідає тому положенню, що площина (і всі його шари) нелінгвістичного складника належить до іншого семіотичного коду, ніж площина вербального складника ②.

Вербальний складник ніконімів теж має складну будову, яка віддзеркалює усе розмаїття залучених лінгвістичних засобів. Див. Рис. 2 площина ② може бути репрезентована сукупністю шарів. Площина ②' розмежовується на три сегменти, які пов'язані з ②'⁻¹ словами (*macaroni, Nixon*), ②'⁻² словосполученнями (*hot child in the city*), ②'⁻³ реченнями (*God is control*). Таким чином, площина ② репрезентується трьома сегментами у прототиповій моделі.

Ніконіми – речення можуть бути різними за своєю прагматичною спрямованістю, наприклад, репрезентатив ②''⁻¹ (*I'm the Girl Your Mum hates*), директив ②''⁻² (*Live the moment, don't think too much*), експресив ②''⁻³ (*I'm perfect*), комісив ②''⁻⁴ (*I'll Be Yours*).

Ніконіми – слова $\textcircled{2}'''$ можуть бути простими (*Boss*), похідними (*Pentium*), складеними (*sunnybee*). Останні мають структуру: іменник + іменник $\textcircled{2}''''^{-1}$ (*Candyqueen*), прикметник + іменник $\textcircled{2}''''^{-2}$ (*Blackberry*), прикметник + прикметник $\textcircled{2}''''^{-3}$ (*chuckywucky*), дієприкметник I + іменник $\textcircled{2}''''^{-4}$ (*Talkingeyes*), іменник + прикметник $\textcircled{2}''''^{-5}$ (*Inch-wide*).

Крайню позицію у варіативній прототиповій моделі посідає площина $\textcircled{2}^\infty$, яка постійно зберігає перпендикулярне положення по відношенню до площин, що відповідають нелінгвістичним засобам.

Висновок та перспективи подальших розвідок. Проведені дослідження англійських Інтернет ніконімів з метою побудови їх варіативної прототипової моделі дозволили чітко окреслити їх текстову природу і визначити ніконіми у межах віртуального тексту як субтекстові конструкти, які несуть на собі ознаки всього тексту комунікації в мережі, а також наділені специфічними структурними і комунікативними рисами.

Однією з основних комунікативних функцій Інтернет ніконімів є індикація адресантності у віртуальному спілкуванні. При цьому ніконім, який є субтекстовим утворенням, виконує важливу текстотвірну функцію, забезпечуючи цілісність і зв'язність чату, який сам по собі є доволі дискретним, деструктивним конструктом у порівнянні з традиційними текстами.

Структурною особливістю ніконімів є поєднання лінгвістичних та нелінгвістичних складників – представників різних семіотичних систем, які можуть бути репрезентовані взаємо перпендикулярними площинами. Універсальність створеної прототипової моделі полягає у тому, що два базових складника, формуючи одне ціле – ніконім, завжди залишаються у взаємо перпендикулярному положенні (що демонструє їх приналежність до різних семіотичних кодів). При цьому кожна з площин може розмежовуватися на менші сегменти, які відповідають варіантам описаних лінгвістичних та нелінгвістичних засобів.

Запропонована прототипова модель не є замкненим і нерухомим конструктом, який віддзеркалює лише виявлену на даний момент комплексну природу Інтернет ніконімів. Необмеженість щодо використання площинного розмежування на менші сегменти дозволяє у перспективі включати нові характерні риси як лінгвістичного, так і нелінгвістичного складників. Незмінним у моделі залишається лише поєднання (але не змішування) двох різних семіотичних кодів, які,

взаємодіючи, утворюють Інтернет ніконім, визначаючи його специфічну текстово-комунікативну природу.

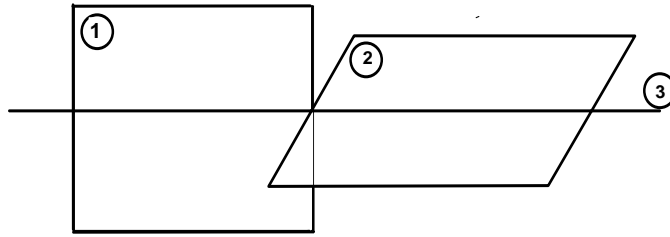


Рис. 1. Базова прототипова модель інтернет ніконіма, де: ① – площина невербального складника, ② – площина вербального складника, ③ вісь структурно-семантично-функціональної єдності складників ніконіма.

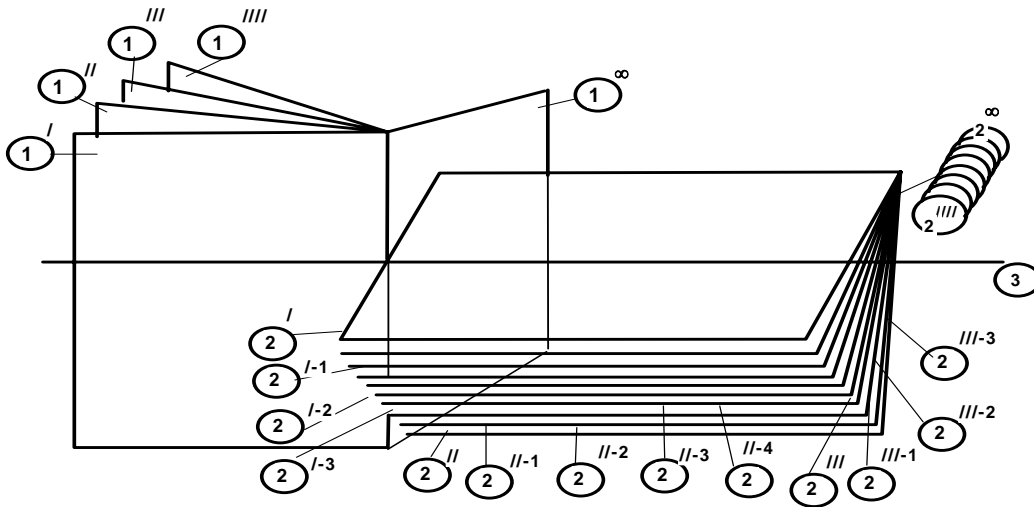


Рис. 2. Варіативна прототипова модель інтернет ніконіма, де: ①' – шар, що відповідає шрифтовому варіюванню; ①'' – шар, що відповідає цифрам; ①''' – шар, що відповідає символам (ноти, математичні символи, гральні карти); ①'''' – шар, що відповідає іконічним (антропоморфним, неантропоморфним) знакам; ①[∞] – крайній шар невербального складника; ②' – площина вербальних одиниць, яка розкладається на сегменти ②'¹ слова, ②'² словосполучення, ②'³ речення; ②'' – шар, що відповідає типам мовленнєвих актів: ②''¹ репрезентативи, ②''² директиви, ②''³ експресиви, ②''⁴ комісиви; ②''' – шар, що відповідає типам складних слів: ②'''¹ іменник + іменник, ②'''² прикметник + іменник, ②'''³ прикметник + прикметник, ②'''⁴ дієприкметник I + іменник; ②[∞] – крайня підплощина вербального складника; ③ вісь єдності складників ніконімів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Crystal D.* Internet linguistics : A lecture [Електронний ресурс] / D. Crystal. – 5 June 2007. – Режим доступу : <http://www.rdg.ac.uk/~wc18/sacll/lectures/transcripts/Internet%20Linguistics.pdf>.
2. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – М. : ИТДКГ “Гнозис”, 2004. – 304 с.
3. *Jacobson D.* Impression formation in cyberspace : On line expectations and offline experiences in text-based virtual communities [Електронний ресурс] / David Jacobson // Journal of Computer-Mediated Communication. – 1999. – Vol. 5, № 1. – Режим доступу : <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/jacobson.html>
4. *Jackendoff R.* What is a Concept / R. Jackendoff // Frames, Fields and Contrasts. New Essays in Semantics and Lexical Organization. – H. Iisdale, 1992. – P. 191–209.
4. *Neubert A.* Interference between Languages and Texts / A. Neubert // Interferenz in der Translation // Übersetzungswissenschaftliche – Bertrage 12 / Hrsg. : Von heide schmidt-Leipzig : VEB Verlag Enzylopedic. 1989. – P. 56–72.
5. *Putnam H.* The Meaning of “Meaning” / H. Putnam // Language, Mind and Knowledge. – Minneapolis, 1976. – Repr.//Putnam H. Mind, Language and Reality: Philosophical Papers. Cambridge, 1975. – Vol. 2. – P. 215–271.
6. *Rosch E.* Natural Categories / H. Rosch. – CP. – 1973. – V. 4. – P. 328–350.
7. *Taylor J. R.* Linguistic Categorization. Prototypes in linguistic Theory / J. R. Taylor. – Oxford Univ. Press, 1989. – 356 p.
8. *Welsch C. K.* Putnam’s Stereotypes and Compositionality / C. K. Welsch // CLS. – 1983. – Vol. 19. – P. 196–207.
9. *Витгенштейн Л. фон.* Философские работы : в 2-х ч. / Л. фон Витгенштейн. – М. : Гнозис, 1994. – Ч. 1. – 612 с.
10. *Givon T.* Prototypes: Between Plato and Wittgenstein / T. Givon // Noun Classes and Categorization. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publ. corp., 1986. – P. 77–102.
11. *Holenstein E.* Sprachliche Universalen: Eine Untersuchung zur Natur des Menschlichen Geistes / E. Holenstein. – Goteborg : Acta Universitat Goteorgensis, 1985. – 175 S.
12. *Randquist M. G.* TT-schemata. Some Notes on Text Typdogy / M. G. Randquist // Nordic Research in Text Linguistics and Analysis: Papers from the First Nordtext Symposium. – Trodheim : Tapir, 1985. – P. 69–84.
13. *Randquist M. G.* The Role of Knowledge Structures in the Science of Texts / M. G. Randquist // Papers from the 8th Scandinavian Conference of Linguistics. – Copenhagen : Univ. of Copenhagen. Dep. of Nordic philology, 1984. – P. 103–146.
14. *Weissenborn W. J.* Functional Categories and Verb Moment: The Acquisition of Rerman Syntax Reconstructed / W. J. Weissenborn // Sprachwerb und Grammatik : Linguistische Untersuchungen zum Erwerb von Syntax und Morphologie. – Oplanden, 1996. – P. 190–224.
15. *Seilen H.* A Functional View on prototypes / H. Seilen // Conceptualization and Mental Processing in Language. – Berlin, N.Y. : de Grugter, 1993. – P. 115–139.
16. *Бондаренко В. В.* Особливості функціонування індикаторів адресованості вангломовних інструкцій до вживання лікарських препаратів / В. В. Бондаренко, А. В. Боцман // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. пр. / відп. ред. Н. М. Корбозерова. – К. : Видав. центр КНЛУ, 2006. – Вип. 17. – С. 25–32.
17. *Либш Х.* К вопросу о нелексиколезированных элементах коммуникативной единицы “текст” / Х. Либш // Текстуальная лингвистика и обучению тексту и аудированию на иностранных языках : сб. научн.р. – К. : КГПИИЛ, 1986. –С. 133–137.
18. *Гусейнова И. А.* Гендерный аспект в текстах современной рекламы (на материалах журналов прессы ФРГ) / И. А. Гусейнова, М. В. Томская // Филологические науки. – 2000. – № 3. – С. 81–92.
19. *Бондаренко В. В.* Функції шрифтової варіативності у формуванні англомовних інструкцій до вживання лікарських препаратів / В. В. Бондаренко, А. В. Боцман // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр. / відп. ред. Н. М. Корбозерова. – К. : Логос, 2007. – Вип. 12. – С. 23–29.
20. *Дедова О. В.* Графическая неоднородность как категория гипертекста / О. В. Дедова // Вестник Московск. ун-та. – Серия 9 : Филология. – 2002. – № 6. – С. 91–103.
21. *Анисимова Е. Е.* О цельности и связности креолизованного текста (к постановке проблемы) / Е. Е. Анисимова // Филологические науки. – 1996. – № 5. – С. 74–84.
22. *Анисимова Е. Е.* Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е. Е. Анисимова // Вопросы языкознания. – 1992. – № 1. – С. 71–78.
23. *Кравченко А. В.* Классификация знаков и проблема взаимосвязи языка и знания / А. В. Кравченко // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 3–12.
24. *Стилистика английского языка* : [учебн. пособие] / [Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В.]. – К. : Вища шк., 1991. – 272 с.