

IRINA VOLOVENKO

National Pedagogical Dragomanov  
University  
Ukraine, Kyiv  
volovenko@ukr.net

Volovenko, I., Grigorenko, I. (2018). Metamovna refleksiya merezhevykh tekstiv. [Metalanguage Network Reflection]. *Intercultural Communication*, ISSN 2451-0998, vol. 1(4)2018, pp. 57–70. (In Ukrainian).

IRINA GRIGORENKO

National Pedagogical Dragomanov  
University  
Ukraine, Kyiv  
iragrigorenko@ukr.net

## Metalanguage Network Reflection

---

### ABSTRACT

Internet is an information and communication environment. The Internet replaces the reference offices of airports, train stations, shops, pharmacies. The Internet replaces libraries by placing on the Internet the main encyclopedias, dictionaries, various directories, branch databases and much more. TV channels and newspapers create their own websites, because the number of online audiences is constantly increasing. The network version of the publication due to advertising banners on the site can be more profitable and promising than its paper or television analogue-source. Social networks and blogs are developing and gaining popularity. They differ from traditional broadcast media not only in their interactivity, but the lexical filling and syntactic processing of the information offered. In addition, one of the special features of network communication is its metalanguage.

**Purpose** is to characterize explicit and implicit manifestations of metalanguage reflexion of network vocabulary. The task: to describe the explicit symbols that are typical for network communication; language phenomena of implication in the network vocabulary.

**Methods.** Descriptive and comparative.

**Results.** The peculiarity of the network vocabulary is undeniable, since such lexicon is inherent in explicit and implicit meta-linguistic reflection. Language peculiarity of network communication covers all levels of language – phonetic, lexical,

morphological and syntactic. In addition, graphics and spelling of the network language deserve attention. Such uniqueness is dictated by the activation of meta-language reflexion.

**Keywords:** *Metalinguage reflexion, implicit, explicit, network communication, text.*

### ІРИНА ВОЛОВЕНКО

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова  
Україна, Київ  
*volovenko@ukr.net*

### ІРИНА ГРИГОРЕНКО

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова  
Україна, Київ  
*iragrigenko@ukr.net*

## *Метамовна рефлексія мережєвих текстів*

### АНОТАЦІЯ

У наш час Інтернет – це інформаційно-комунікативне середовище, позаяк він замінює собою довідкові бюро аеропортів, вокзалів, магазинів, аптек; бібліотеки (завдяки розміщенню в Інтернеті основних енциклопедій, словників, усіляких довідників, галузєвих баз даних тощо). Телеканали, газети створюють свої сайти, оскільки мережева аудиторія постійно зростає, та мережева версія завдяки рекламним банерам на сайті видання може виявитися більш прибутковою і перспективною, ніж її паперове або телевізійне першоджерело. Розвиваються та набувають популярності соціальні мережі, блоги, які відрізняються від традиційних мовних ЗМІ не лише своєю інтерактивністю, а й лексичним наповненням та синтаксичним оформленням пропонованої інформації. Окрім цього, однією з особливих ознак мережевої комунікації є її метамова, особливостям якої недостатньо приділено уваги в науковій літературі.

**Мета** – охарактеризувати експліцитні та імпліцитні прояви метамовної рефлексії мережевої лексики. Завдання: описати основні експліцитні сим-

воли, які характерні для мережевої комунікації; мовні явища імплікації у мережевій лексиці.

**Методи.** Описовий та зіставний.

**Висновки.** Своєрідність мережевої лексики незаперечна, оскільки їй притаманна метамовна рефлексія як експліцитна, так і імпліцитна. Мовна своєрідність мережевої комунікації охоплює усі рівні мови: фонетичний, лексичний, морфологічний та синтаксичний. Окрім цього, заслуговує на увагу графіка та орфографія мережевої мови. Така своєрідність продиктована активізацією метамовної рефлексії.

**Ключові слова:** *Метамовна рефлексія, імпліцитність, експліцитність, мережева комунікація, текст.*

## Вступ

На сьогодні в Україні невпинно зростає кількість користувачів мережі Інтернет. Видання „Кореспондент.net” наводить дані дослідження, проведеного компанією Factum Group Ukraine на замовлення Інтернет-асоціації України. Згідно з цим дослідженням (*Internetom korystuyut'sya...*, 2016), в Україні нараховано 21,6 млн. користувачів Інтернету. Тобто охоплення Інтернетом складає 64,8% від усього населення держави, старшого від 15 років (дослідження проводили на території України за виключенням окупованого Криму та непідконтрольних урядові територій у Донецькій та Луганській областях).

Така популярність мережі не викликає подиву, адже Інтернет – це інформаційно-комунікативне середовище, яке замінює собою довідкове бюро аеропортів, вокзалів, магазинів, аптек; бібліотеки (завдяки розміщенню в Інтернеті основних енциклопедій, словників, усіляких довідників, галузевих баз даних тощо). Телеканали, газети створюють власні сайти, оскільки мережева аудиторія постійно зростає, а мережева версія завдяки рекламним банерам на сайті видання може виявитися більш прибутковою і перспективною, ніж її паперове або телевізійне першоджерело. Розвиваються та набувають популярності соціальні мережі, блоги, які відрізняються від традиційних мовних ЗМІ не лише своєю інтерактивністю, а й лексичним наповненням та синтаксичним оформленням пропонованої інформації. Окрім цього, однією з особливих

ознак мережевої комунікації є її метамова, особливостям якої недостатньо приділено уваги в науковій літературі.

**Мета статті** – охарактеризувати експліцитні та імпліцитні прояви метамовної рефлексії мережевої лексики. Завдання статті: описати основні експліцитні символи, які характерні для мережевої комунікації; мовні явища імплікації у мережевій лексичі.

**Методи дослідження:** Описовий та зіставний.

## Метамова та метамовна рефлексія

У класичній філософії метамова – поняття, що фіксує логічний інструментарій рефлексії над феноменами семіотичного ряду. У семіотичному значенні метамовою буде будь-яка знакова система, що обслуговує іншу, первинну знакову систему. Логіка розмежовує природну мову (мову-об'єкт) і метамову. Природна мова – це сам предмет логічного аналізу, а метамова – це та штучна мова, за допомогою якої відбувається таке дослідження (Bart, 1989). До метамови звертаються, коли виникає необхідність уточнення мовних значень коду спілкування. На відміну від мови, метамова вирізняється однозначністю.

На думку І. Кобозевої, метамова є засобом опису значень мовних виразів, речень тощо (Kobozeva, 2000). Тому метамова має розвинену систему метазнаків, які дають характеристику, а подекуди й замінюють знаки мови-об'єкта. За допомогою спеціальних засобів метамова інтерпретує денотати мови-об'єкта (фонемі, морфемі, лексемі, синтаксичні одиниці, текст).

Метамовна рефлексія нерозривно пов'язана з метамовною свідомістю, оскільки метамовна свідомість є одночасно і механізмом діяльності, і „сховищем” метамовної інформації. Як механізм діяльності метамовна свідомість найперше здійснює функцію контролю над власною комунікативною діяльністю індивіда, співвідносячи використовувані засоби вираження з більш-менш усвідомленими уявленнями мовця про властивості й функціональні можливості мовних засобів. Крім того, метамовна свідомість здатна виконувати інтерпретаційну функцію щодо різноманітних фактів мови як у зв'язку з поточним комунікативним актом, так і поза

зв'язком з ним. Як „сховище” інформації метамовна свідомість акумулює знання про факти мови – і отримані із зовнішніх джерел, і вироблені в процесі власної метамовної діяльності. Метамовна рефлексія носія мови може, таким чином, полягати і в актуалізації наявних знань, і у виробленні нового метамовного уявлення (Shumarina, 2011).

Суть метамовної свідомості полягає у привласненні будь-якої характеристики, оцінки. Метамовне судження есплікується в мовленні у вигляді метамовного контексту-висловлювання або групи висловлювань, у контексті яких факт мови / мовлення отримує метамовну оцінку. Метамовне судження є значенням метамовного коментаря і може мати як вербалізований, так і імпліцитний характер.

Метамовну рефлексію можна співвіднести з естетичною функцією тексту. Метамовні вкраплення в текст є взаємодією автора з читачем, а саме: метамовні коментарі повідомляють читачеві необхідні відомості, сприяють створенню в нього додаткових асоціацій, важливих для автора, встановлюють загальний для відправника тексту і його адресата код.

Метамовна рефлексія притаманна мережевим текстам і мережеві комунікації. Безпосередньо цьому сприяє лінгвосеміотична природа мережевого спілкування: 1) використання полісеміотичних (гібридних) знаків і повідомлень; 2) використання не менше ніж двох алфавітів (кирилиці та латиниці) і не менше ніж двох мов. Названі риси мережевої комунікації ускладнюють, „обтяжують” спілкування, проте ці семіотичні „перевантаження” підсилюють інтелект і семіотичну компетенцію людини. Н. Мечковська зазначає, що цей процес координує із загальною картиною інтелектуально-семіотичного онтогенезу: чим більше індивід починає використовувати елементи різних знакових систем (наприклад, дитина вчиться читати; дізнається про цифри та інші базові математичні символи; береться вивчати нерідну мову; починає розуміти семіотику географічної карти; починає розбиратися в знаках дорожнього руху; вивчає ноти тощо), тим більше його метасеміотична рефлексія (в тому числі й метамовна) розширюється; одночасно і у зв'язку з семіотичним і метасеміотичним розвитком людини розвивається і міцніє її інтелект (Mechkovskaya, 2009).

## Смайлик як метамовний мережевий знак

Серед метамовних знаків Інтернету найпоширенішими є „смайлики” (емограми, емотикони). Це графічні символи, які призначені для вираження емоцій. Емотикони (від англ. „emoticon = emotion icon” – емоційна іконка або, як їх часто називають у просторіччі, – „смали”, „смайлики” (від англ. „smile” – посмішка :-)) – кластери типографічних символів, які наявні на клавіатурі комп’ютера та мобільного телефону і які компенсують нестачу паралінгвістичних засобів спілкування в мережі та виражають емоційне ставлення комуніканта до сказаного (Durlacher, 2004).

Для безпосереднього виразу емоційних імпульсів у мові не існує відповідних слів. Із цим пов’язана, вочевидь, важлива перевага смайлів над звичними вербальними одиницями мови: вони не належать до жодної з наявних граматичних категорій, а виражають лише „чисту” емоцію. Зрозуміло, що смайли кодують емоції, у яких раніше не було адекватних назв. Вони кодують їх у такій формі, яку можна використати незалежно від структури речення, як окрему смислову одиницю (Koval’chuk, 2011).

За допомогою смайлика автор констатує ту емоцію, яку хотів передати реченням, наприклад: :-)) – означає посмішку, жартівливе ставлення до сказаного; :-( – сумне повідомлення; :)) – позначає почуття щастя тощо.

Місце смайла у вербальному контексті чітко не зафіксоване. Немає й правил його розташування в реченні, хоча останнім часом спостерігається певна тенденція ставити його після вислову тоді, коли він доповнює цей вислів. Часто смайл ставлять перед фразою або навіть замість усього висловлювання як окрему логічно закінчену смисловою конструкцію. Градація смайла може відбуватися також щодо сили емоційної експресії, тобто не лише „лексичної” форми (використання різних смайлів), але й морфологічної: чим сильнішою є емоція, тим більше до смайла додається типографічних знаків: :-); :-))))))))) (Koval’chuk, 2011).

Смайлики та знак @ є експліцитними символами, які графічно відокремлюється від вихідної бази, при цьому база та формант не деформуються. Їх широко використовують і за межами Інтернету

як предмет графічного декору в рекламі, книгах, постерах та інших друкованих виданнях. Наприклад: *Тюриков А.Г., Шляпин Д.Е. Интернет-рекл@ма: Учебное пособие* Издательство: ИТК Дашков и К, 2008).

## Імпліцитні прояви метамовної рефлексії мережевої лексики

Метамовне судження може мати імпліцитний характер. М. Нікітін трактує імплікацію як „тип концептуальних зв'язків, які базуються на відображенні реальних залежностей у свідомості, тобто розумовий аналог зв'язків дійсності” (Nikitin, 1988). На думку В. Кухаренко, основою імплікації є „усвідомлення додаткового змістового або емоційного значення” (Kukhareenko, 1988).

Поряд із з'ясуванням сутності імпліцитного дослідники аналізують випадки, у яких простежується приховане, окреслюючи межі поширення імпліцитного. При цьому перелік таких випадків охоплює різні лінгвальні явища, факти. Слід назвати класичні вияви імпліцитного. Це можуть бути:

- морфеми, тобто утворення нових лексем морфологічним способом, наприклад: *Тим часом, у самих Черкасах вирують культурні (чи не дуже) пристрасті, а молоді обіцяють, що в парках можна буде законектитися без проблем, оскільки там обладнають доступ до бездротового Інтернету. Проте не всіх можна звабити доступом до „всесвітньої павутини” на природі* (газета „День”, 24 червня 2011 р.);
- графіко-морфемні та графіко-лексичні гібриди. Для цього різновиду комунікації характерне змішування кирилиці та латиниці, зумовлене двомовністю користувачів та відсутністю прямих відповідників англійським номінаціям, наприклад: *„Сервіс „On-line-замовлення” надає нові можливості: Замовляти монети у будь-який зручний час”* („On-line zamovlennya'...”, 2017);
- ігрова фонетизація письма. Використання такого способу порушує правила орфографії та фонетичний принцип написання слів,

наприклад: *План другий втілювався з осені 2014-го до фактично останнього часу. Намагання вживити денеер та ленеер у політичне тіло України, легітимізувати їх і втюхати нам назад такими, як вони є – з усіма притаманними їм захарченками, яких обов'язково провести до нових рад включно з Верховною на чергових дострокових виборах* (Andrukhovych, 2017).

- ▶ дефікація – антитипове використання дефісу, яке виходить за межі усталених норм і правил. Дефікацію слід розуміти як поділ слова на кілька складів або будь-які інші варіанти його залучення, що виходять за межі традиційних способів уживання. Отже, дефікація – це зумисний поділ одного слова щонайменше на дві частини задля того, щоб закцентувати увагу потенційного адресата на найважливішій його частині, наприклад: *„Вони що не бачили, що вибори на носі і хлопці з опа-на-пазиції спробують їх поганяти по залу?”* (nikolauskass, 2012).
- ▶ квотація – використання лапок, зокрема зміна їх розміру або форми, з метою трансформації їх первинної функції, наприклад: *Зазначається, що „рада міністрів”, „народна рада ЛНР” і інші органи влади продовжують працювати в штатному режимі* (Plotnyts'kyu sklav..., 2017).
- ▶ паренсесис – уживання дужок в такій позиції, яка змінює їх узвичаєні функції і призначення, наприклад: *„У багатьох людей є звичка (яка іноді переходить у важкий псих[олог]ічний комплекс) замість нейтральних слів всюди де треба і де не треба вживати альтернативні варіанти (жаргонні, „гумористичні”, евфемістичні, лайливі, презирливі, емоційно зафарбовані, etc. etc. etc.)”* (dgrі, 2011). Така нетипова позиція для дужок робить їх невід'ємною частиною певної лексеми, речення, тексту. Автор використовує їх не випадково, а з певною метою, тому ці елементи виконують не лише естетичну функцію, а й стають невід'ємним елементом основного тексту.
- ▶ переносне вживання слів, наприклад: у Словнику іншомовних слів (Slovnyk..., 2017) подано такі тлумачення лексеми інтерфейс: 1. Сукупність засобів, методів і правил, що забезпечують взаємодію



пристроїв обчислювальної системи, програм та (або) користувача. 2. Сукупність описів і узгоджень про процедуру передачі управління в підпрограму та повернення в вихідну програму. Зазначену лексему використовують у сучасних публіцистичних текстах: *Максим Нефьодов зробив короткий звіт щодо роботи Міністерства за рік та підкреслив роль Громадської ради у питанні просування реформ. „Для Мінекономрозвитку Громадська рада – це інтерфейс роботи з громадянським суспільством”*. (Максум Нефодов..., 2015). Очевидно, лексема інтерфейс вийшла за межі комп'ютерної лексики та набула нового значення – сукупність правил взаємодії керівної установи з громадянами.

## Висновки

Своєрідність мережевої лексики незаперечна, оскільки їй притаманна метамовна рефлексія як експліцитна, так і імпліцитна. Мовна своєрідність мережевої комунікації охоплює усі рівні мови: фонетичний, лексичний, морфологічний та синтаксичний. Окрім цього, заслуговує на увагу графіка та орфографія мережевої мови. Така своєрідність продиктована активізацією метамовної рефлексії.

## Бібліографія

- Bell, D. (1974). *The coming of post-industrial society*. London: Heinemann, 507 p.
- Crystal, D. (2002). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 272 p.
- Crystal, D. (2004). *The Language Revolution*. Cambridge: Poliy Press, 272 p.
- dgrі. (2011). *Чому ж вони не вживають нормального...* LIVEJOURNAL. Опубліковано 24.05.2011. <http://macsolas.livejournal.com/146946.html?thread=742914#t742914>
- Dollinger, S.J., Poss, V.J., Preston, L.A. (2002). *Intellect and Individuality*. *Creativity Research Journal*. Vol. 14. No 2, pp. 213-226.
- Durlacher, J. (2004). *Emoticon: roman*. Amsterdam: De Bezige Bij, 436 p.
- Gates, B. (2000). *Business @ the Speed of Thought*. New York: Warner Books, 440 p.

- Herring, S. (2001). *Computer-mediated Discourse*. The Handbook of Discourse Analysis. Oxford: Blackwell Publishing, 215 p.
- Herring, S. (2004). *Slouching toward the ordinary: current trends in computer-mediated communication*. New Media and Society. London: Sage Publications, 320 p.
- Hickey, L., Vazquez, O.I. (1990). *Old information and presupposition in advertising language*. International Journal of Advertising Research. Volume 9, Number 3, pp. 189-196.
- Lewin, B., Donner, Y. (2002). *Communication in Internet message boards*. English Today Vol. 18, No 3., pp. 29-37.
- McLuhan, G.M. (1984). *Understanding Media*. New York, 320 p.
- nikolauskass. (2012). *...а пиздить треба ломом (с)*. LIVEJOURNAL. Опубліковано 27.05.2012. <http://ftopka-00.livejournal.com/424738.html>
- Thurlow, C. (2001). *The Internet and Language*. Concise Encyclopedia of Sociolinguistics. Elsevier, 217 p.
- Toncar, M.F., Munch, J.M. (2003). *The Influence of Simple and Complex Tropes on Believability, Importance and Memory*. Journal of Marketing Theory and Practice, vol. 11, pp. 39-55.
- Андрухович Юрій. (2017). *IQ сурків, або Діалектика кремлівської думки*. ZBRUČ. Опубліковано 21.07.2017. <https://zbruc.eu/>
- Барт, Р. (1989). *Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. Москва: Прогресс, с. 132-132.
- Інтернетом користуються понад 60% українців. (2016). Корреспондент.net, 28 березня 2016. <https://ua.korrespondent.net/ukraine/3658364-internetom-korystuuitsia-ponad-60-ukraintsiv>
- Кобозева, И. (2000). *Лингвистическая семантика*. Москва: Эдиториал УРСС, с. 266.
- Ковальчук, Н. (2011). *Смайли як візуально-сміслові конструкції культури віртуального спілкування*. Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Вип. 21. с. 50-57.
- Кухаренко, В. (1988). *Интерпретация текста*. Москва: Просвещение, с. 43.
- Максим Нефьодов: *Громадська рада для Мінекономрозвитку – це інтерфейс роботи з громадянським суспільством*. Урядовий портал. Опубліковано 16.12.2015. <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/248713411>

- Мечковская, Н. (2009). *История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию*. Москва: Флинта, с. 243-244.
- Никитин, М. (1988). *Основы лингвистической теории значения*. Москва: Мысль, с. 87.
- „Он-лайн замовлення” пам’ятних монет. Національний банк України. <https://bank.gov.ua/webselling>
- Плотницький склав повноваження «глави» так званої «ЛНР». (2017). IPress.ua. Опубліковано 24.11.2017. [http://ipress.ua/news/plotnytskyu\\_sklav\\_povnova-zhennya\\_glavy\\_tak\\_zvanoj\\_lnr\\_235088.html](http://ipress.ua/news/plotnytskyu_sklav_povnova-zhennya_glavy_tak_zvanoj_lnr_235088.html)
- Словник інішомовних слів. <http://www.jnsm.com.ua/ures/book/pro.shtml>
- Шумарина, М. (2011). *Язык в зеркале художественного текста: метаязыковая рефлексия в произведениях русской прозы*. Москва: Флинта, 325 с.

## References

- Andrukhovych Yurii. (2017). *IQ surkiv, abo Dialektyka kremlivs'koyi dumky*. ZBRUČ. Publication 21.07.2017. Retrieved (01.12.2017) from: <https://zbruc.eu/> (In Ukrainian).
- Bart, R. (1989). *Izbrannyye raboty: Semiotika. Poetika. [Selected works: Semiotics. Poetics]*. Moscow: Progress, pp. 131-132. (In Russian).
- Bell, D. (1974). *The coming of post-industrial society*. London: Heinemann, 507 p.
- Crystal, D. (2002). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 272 p.
- Crystal, D. (2004). *The Language Revolution*. Cambridge: Poliy Press, 272 p.
- dgri. (2011). *Chomu zh vony ne vzhyyayut' normal'noho...* LIVEJOURNAL. Publication 24.05.2011. Retrieved (01.12.2017) from: <http://macsolas.livejournal.com/146946.html?thread=742914#t742914> (In Ukrainian).
- Dollinger, S.J., Poss, V.J., Preston, L.A. (2002). *Intellect and Individuality*. Creativity Research Journal. Vol. 14. No 2, p. 213-226.
- Durlacher, J. (2004). *Emoticon: roman*. Amsterdam: De Bezige Bij, 436 p.
- Gates, B. (2000). *Business @ the Speed of Thought*. New York: Warner Books, 440 p.
- Herring, S. (2001). *Computer-mediated Discourse*. The Handbook of Discourse Analysis. Oxford: Blackwell Publishing, 215 p.

- Herring, S. (2004). *Slouching toward the ordinary: current trends in computer-mediated communication*. New Media and Society. London: Sage Publications, 320 p.
- Hickey, L., Vazquez, O.I. (1990). *Old information and presupposition in advertising language*. International Journal of Advertising Research. Volume 9, Number 3, p. 189-196.
- Internetom korystuyut'sya ponad 60% ukrayintziv*. (2016). Korrespondent.net, Publication 28.03.2016. Retrieved (01.12.2017) from: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/3658364-internetom-korystuuitsia-ponad-60-ukraintziv> (In Ukrainian).
- Kobozeva, I. (2000). *Lingvisticheskaya semantika. [Linguistic semantics]*. Moscow: Editorial URSS, p. 266. (In Russian).
- Koval'chuk, N. (2011). *Smayly yak vizual'no-smyslovi konstruktsiyi kul'tury virtual'noho spilkuvannya. [Smiles as visual and semantic constructions of the culture of virtual communication]*. Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu „Ostroz'ka akademiya”, Vol. 21. [Scientific notes of Ostroh Academy National University], pp. 50-57. (In Ukrainian).
- Kukhareno, V. (1988). *Interpretatsiya teksta. [Interpretation of the text]*. Moscow: Prosveshcheniye, p. 43. (In Russian).
- Lewin, B., Donner, Y. (2002). *Communication in Internet message boards*. English Today Vol. 18, No 3., p. 29-37.
- Maksym Nef'odov: Hromads'ka rada dlya Minekonomrozvytku – tse interfeys roboty z hromadyans'kym suspil'stvom*. Uryadovyy portal. Publication 16.12.2015. Retrieved (01.12.2017) from: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/248713411> (In Ukrainian).
- McLuhan, G.M. (1984). *Understanding Media*. New York, 320 p.
- Mechkovskaya, N. (2009). *Istoriya yazyka i istoriya komunikatsii: ot klinopisi do Interneta: kurs lektsiy po obshchemu yazykoznaniyu. [History of the language and the history of communication: from cuneiform writing to the Internet: a course of lectures on general linguistics]*. Moscow: Flinta, pp. 243-244. (In Russian).
- Nikitin, M. (1988). *Osnovy lingvisticheskoy teorii znacheniya. [Fundamentals of the linguistic theory of meaning]*. Moscow: Mysl', p. 87. (In Russian).
- nikolauskass. (2012). *...a pyzdyt' treba lomom (c)*. LIVEJOURNAL. Publication 27.05.2012. Retrieved (01.12.2017) from: <http://ftopka-00.livejournal.com/424738.html> (In Ukrainian).

- Plotnyts'kyi sklav povnovazhennya "hlavy" tak zvanoyi "LNR"*. (2017). IPress.ua. Publication 24.11.2017. Retrieved (01.12.2017) from: [http://ipress.ua/news/plotnytskyi\\_sklav\\_povnovazhennya\\_glavy\\_tak\\_zvanoj\\_lnr\\_235088.html](http://ipress.ua/news/plotnytskyi_sklav_povnovazhennya_glavy_tak_zvanoj_lnr_235088.html) (In Ukrainian).
- Shumarina, M. (2011). *Yazyk v zerkale khudozhestvennogo teksta: metazykovaya refleksiya v proizvedeniyakh russkoy prozy. [Language in the Mirror of the Artistic Text: Metalanguage Reflection in the Works of Russian Prose]*. Moscow: Flinta, 325 p. (In Russian).
- Slovyk inshomovnykh sliv*. Retrieved (01.12.2017) from: <http://www.jnsm.com.ua/ures/book/pro.shtml> (In Ukrainian).
- Thurlow, C. (2001). *The Internet and Language*. Concise Encyclopedia of Sociolinguistics. Elsaivier, 217 pp.
- Toncar, M.F., Munch, J.M. (2003). *The Influence of Simple and Complex Tropes on Believability, Importance and Memory*. Journal of Marketing Theory and Practice, vol. 11, p. 39-55.
- „*On-line zamovlennya*” *pam'yatnykh monet*. Natsional'nyy bank Ukrainy. Retrieved (01.12.2017) from: <https://bank.gov.ua/webselling> (In Ukrainian).

Received: 22.12.2017

Accepted: 12.02.2018

