

УДК 007 : 304 : 070

ТЕКСТИ МАЛОЇ ФОРМИ: МОВНОСТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Катерина Ломоносова

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Мельникова, 36/1, Київ, 04119, Україна, e-mail: ersomnis@mail.ru*

У статті розглядаються мовностилістичні особливості текстів малої форми, особливості подачі в них інформації та найпоширеніші помилки, яких припускаються автори цих творів.

Ключові слова: тексти малої форми, мова, помилки.

Питання мовної специфіки текстів малої форми у вітчизняній науці представлене у невеликій кількості наукових праць. Більшість досліджень стосуються так званих нетипових текстів малої форми (інші назви: тексти малих форм фольклору, малі тексти-кліше тощо), до яких належать прислів'я, загадки, афоризми, байки, міні-казки, лімерики, висловлювання, промовки, анекдоти, притчі, короткі новели та оповідання, чутки, біблеїзми, жарти тощо. Інші ж твори, що належать до цієї категорії, назвемо їх типовими текстами малої форми, частіше залишаються осторонь наукових інтересів українських вчених, хоча популярність і поширеність цих форм викликає необхідність їх ґрунтовного вивчення. До таких текстів малої форми належать **анонси, оголошення, афіші, анотації, міні-огляди та міні-рецензії, замітки, тези, резюме, коментарі, рекламні тексти, цитати, прес-релізи** тощо. Саме вони здебільшого написані журналістами та публіцистами, а отже, заслуговують на увагу в межах новітньої наукової галузі «соціальні комунікації».

Автори тексти малої форми використовують особливі прийоми побудови, композиції цих творів, специфічний набір художніх та мовностилістичних засобів, які допомагають адресатам зрозуміти та опрацювати інформацію максимально оперативно і відреагувати на неї відповідно до задуму адресантів повідомлення. У цій статті зупинимося на мовному наповненні текстів малої форми, визначимо основні помилки, яких припускаються автори таких творів.

У своїх дослідженнях українські та закордонні вчені найчастіше приділяють увагу одному із видів текстів малої форми: анонсам (С. А. Панченко, Є. Н. Туркіна, М. А. Ковальчукова), мистецтвознавчим рецензіям (Т. С. Ляшенко), анотаціям та оглядам (Л. Ф. Ваховська), оголошенням (Ю. Д. Предій, М. В. Гусар), рекламним текстам (Є. С. Коваленко, О. В. Медведєва, С. А. Федорець, А. С. Кармін) тощо. Частково питання вивчення текстів малої форми розглядаються в працях, присвячених жанровому поділу журналістських творів (В. І. Шкляр, О. О. Тертичний, Н. Б. Мантуло, О. В. Пашник, М. К. Василенко).

Лінгвістичні дослідження текстів малої форми в наукових виданнях трапляються, проте, рідко. До праць останнього типу належить, наприклад, монографія «Лінгвокогнітивні аспекти малих текстів» [Суми, 2008]. Її автори виділяють такі тексти малої форми: авторські гумористичні висловлювання, синоптичні тексти, тексти жартів, тексти анотації науково-експериментальних статей, тексти-анонси та рекламні тексти. Іншим прикладом лінгвістичного дослідження малих текстів є дисертація Л. І. Плотникової «Семантический потенциал текстов малой формы» [Тула, 2004], О. І. Панченко «Лингвистика сжатого текста» [Дніпропетровськ, 1998], стаття І. Ю. Мясникова «Характеристика малых текстов в газете и журнале с точки зрения структуры дискурса» [Томськ, 2007].

Мова текстів малої форми залежить від типу твору та його функцій. Наприклад, тексти, що мають на меті інформувати аудиторію про певний захід, орієнтуються на швидке сприйняття інформації, саме тому їх автори використовують переважно загальноживану лексику, відносно прості синтаксичні елементи [6, с. 18]. Це твердження стосується таких текстів малої форми як афіші, оголошення, замітки, резюме, в яких авторське «я» виражене нечітко, порівняно з іншими жанрами: анонсами, міні-оглядами, міні-рецензіями, анотаціями. В останніх формах використовується ширша палітра мовностилістичних засобів та прийомів. Автори текстів малої форми, що присвячені подіям культурного життя, найчастіше вживають різноманітні відокремлені конструкції, складні слова, експресивну лексику для створення позитивного враження від події.

Виразність текстів, наприклад, мистецтвознавчих рецензій, як стверджує науковець Т. Ляшенко, створюється різноманітними засобами експресивного синтаксису (інверсія, антитеза, повтор тощо), образними засобами (метафора, порівняння, епітети), фразеологією, цитуванням [8, с. 4]. Подібні засоби можна побачити й в оглядах театральних спектаклів, наприклад, у тексті «Французький шарм від львівських легенів» газети «Україна молода» (133 номер за 11.09.2012) автор Людмила Олтажевська вживає метонімію «місто замаяоріло», «театр починав відкривати для себе драматурга», епітети «дорогезна картина» (тут емоційне ставлення до предмету виражається ще й особливим суфіксом -езн, що надає значення збільшеності), «технічні маніпуляції», використовує фразеологізми «з корабля на бал», «дамоклів меч» або змінює слова у сталих висловах (наприклад, вживає словосполучення *картина розбрату*, посилаючись на те, що художній твір може стати такою ж причиною суперечки, як античне яблуко). Усі ці засоби покликані посилити увагу аудиторії до тексту, підвищити емоційний вплив на читачів. Вживання фразеологізмів, цитування або введення в тексти малої форми приказок, афоризмів чи прислів'їв (що теж належать до текстів малої форми) є цікавим стилістичним прийомом, який може служити різноманітним цілям, наприклад, дозволяє логічно домислити розв'язку події. Наприклад, в анонсі фільму «Список контактів», розміщеному на сайті телеканалу «Україна», мова йде про головного героя, що живе без сім'ї, друзів та кохання, але раптом знайомиться з дівчиною своєї мрії. Після цього автор зауважує, що «безкоштовний сир буває в лише в мишоловці», і анонс обривається, але кожному читачеві стає зрозуміло, що головному героєві доведеться заплатити за щасливу зустріч певну ціну або пройти випробування. Це один із прикладів використання в одному тексті малої форми іншого, які разом реалізують певну мету автора. У зазначеному творі «Французький шарм від львівських легенів» перша частина тексту написана у вигляді огляду з елементами рецензії,

друга — анонсу завтрашнього номера «України молоді», де можна буде знайти додаткову інформацію про відкриття театрального сезону у столиці, творчі плани та найближчі прем'єри київських театрів. Таким чином, робимо висновок, що тексти малої форми, які служать одній меті, пов'язані між собою, часто переплітаються, доповнюють один одного. На прикладі таких творів можна побачити дифузію жанрів.

Ефективність впливу текстів малої форми, вважає К. Туркіна, залежить від використання прийомів, що апелюють до прихованих або явних очікувань аудиторії, [18, с. 108]. Науковець розглядає їх на таких рівнях: семантичному (прямий заклик до дії, вигук, риторичне питання, пресупозиція, протиставлення), метасеміотичному (конотативні, асоціативні значення); метаметасеміотичному рівні (мотиваційна і психоаналітична дія за допомогою навіювання і переконання). У досліджених нами текстах малої форми найчастіше трапляються риторичні запитання: «Та хто ж цим сперечається?» (з рецензії «Критика критики», газети «Україна молода»), прямі звертання до адресата: «Приходьте зі своїми рідними та близькими до Центру, краса Опішні чекає на Вас!» (з анонсу виставки «Опішня — гончарна столиця України», інтернет-видання «Полтавщина») тощо. Подібні конструкції роблять текст переконливішим, інколи додають інтриги, а головне, мають на меті встановити контакт із читачем, а отже й посилити вплив на нього.

Мовне наповнення текстів малої форми залежить і від засобу масової інформації, в якому цей текст розміщений. Інформаційні агентства, офіційні сайти державних установ подають лаконічну інформацію про події. Водночас сайти, присвячені подіям культурно-розважального життя України чи певного міста, розміщують яскраві, насичені образами тексти, які написані в художньо-публіцистичному стилі. Хоч у зазначених творах можна знайти гіперболізацію, прикрашання подій, вони цікаві для вивчення з позицій лінгвістики, на їх основі можна розглянути способи привернення уваги, інтригування читачів. Так, наприклад, в анонсах кінофільмів засобами створення інтриги може служити вдало введена в текст фігура умовчання. Приклад вдалого використання цього прийому знаходимо в анонсі фільму «Уїллард» (тедегазета «TV-експерт», 09. 02. 11): «Багато років Уїллард Стайлс перебував у заручниках у своєї роботи, животною чи наодинці без друзів і без майбутнього. Життя здавалося цьому бідоласі безнадійним і прожитим дарма, але одного разу він відкриває в собі незвичайний дар...». Читач цього анонсу відразу захоче дізнатися, який саме дар змінив життя головного героя, зазначений жанр кінофільму «трилер/детектив» викличе здогади, перевірити які можна буде лише під час перегляду картини. Типовим є також широке використання в анонсах образної лексики, прикметників з оцінним значенням, власних назв, іменників, дієслів, що виражають активні, швидкі дії, характеризують героїв фільмів за їх соціальним статусом, числівників, що дають фактологічну інформацію про час створення фільму й час подій, що відбуваються в ньому, тощо. Так, наприклад, у розширеному анонсі серіалу «Герой нашого часу» (газета «Телезамок», 14. 02. 2011) автор намагається розкрити образи головних героїв за допомогою низки художніх засобів: порівняння («Василь, як билинний богатир, намагається долати перешкоди»), риторичного запитання («А чи посильний я вибрав тягар?»), епітетів («яскрава, сильна Регіна») тощо. У тексті аналізується, як риси героїв допомагають їм у житті, для цього використовується стилістично-забарвлена лексика (гіпербола: «Сили природи

підкоряються людині, яка хоче зробити світ кращим...», заперечне порівняння: «... він не супергерой, він проста людина, що зобов'язана день за днем перемагати біль, страх, розпач і зневіру в ім'я життя»). Проте загальної оцінки серіалу, глибокого аналізу, наприклад, втілення авторського задуму чи актуальності теми, в цьому анонсі, як і в більшості творів цього жанру немає, порівняно з тими ж рецензіями чи оглядами. Близькими до останніх за глибиною осягнення первинного матеріалу є анотації до книг. Їх автори теж вдаються до використання різноманітних засобів вираження мови, часто вживають епітети, метафори: «Неординарний задум, стрімкий сюжет, чарівні герої, бездоганні логічні ланцюжки і вразливий фінал — у книзі присутні всі ці неодмінні компоненти першокласного детектива «від Мариніної» — з анотації книги А. Мариніної «Бій тигрів», сайту «Книжковий континент» [Режим доступу: <http://booknazy.blogspot.com/>]. Проте більш ґрунтовний аналіз матеріалу (ніж у тих же анонсах) дозволяє читачам отримати повне уявлення про зміст книги.

Тексти малої форми, хоч і є одним із найпоширеніших джерел отримання інформації про подію чи захід, не завжди відповідають лексичним нормам. На думку М. Ковальчукової, навіть порушення орфографічних норм, з одного боку, свідчить про некомпетентність автора, проте з іншого — є ефективним засобом привернення уваги [6, с. 14]. Тим не менше, у досліджених нами текстах малої форми, автори припускаються помилок через неграмотність.

Спробуємо структурувати найпоширеніші помилки в текстах малої форми, що розміщені в мас-медіа, на сайтах і порталах культурного життя:

I. Порушення законів милозвучності української мови:

- «Герой прагне оновити свою життєву енергію і оживити почуття...» — з анотації на книгу П. Коельо «Алеф», сайт «Книжковий континент» (треба: енергію й оживити)
- «Молодий комп'ютерний геній Орланов, що добився до своїх 30-ти і слави, і достатку, і успіху у жінок...» — з анонсу фільму «Планета СНД», газета «TV-експерт» (треба: й успіху в жінок).

II. Орфографічні помилки:

- «... суспільство буквально охопила **вертеровська** лихоманка...» — з огляду заборонних книг, сайту «Книжковий континент» (треба вертерівська)
- «Нагадаємо, перший етап марафону «На долю майбутньої нації» відбувся у 2007 році. За зібрані кошти було облаштовано палату в пульмонологічному **відділені** Дитячої обласної лікарні «Охматдит» — з анонсу про благодійний марафон «На долю майбутньої нації — VI», портал «Zahid.net» (треба: відділенні);
- «Якщо Вас зацікавила наша рекламна пропозиція та Ви хочете замовити банерну рекламу у нас на сайті, або ж уточнити деталі співпраці, **будь-ласка**, зв'яжіться з нами зручними для Вас способами» — з реклами газети «Афіша Волині» (треба: будь ласка).

III. Лексико-семантичні помилки:

2. Росіянізми:

- «... циркач ... закохався в **директоршу** магазину» — анонс до фільму «Убивство свідка», газета «Телезамок» (треба: директора, директорку)

- «Режисера Крістофера Нолана можна вважати щасливцем. У свої майже 40 він **знаходиться** на вершині популярності...» — з анонсу фільму «Ілюзіон», газета «Українська правда» (треба: перебуває);

3. Кальки з російської мови:

- «...деякі вирази обличчя були до болю знайомі **по її попереднім роботам в тому числі** і з Джо Райтом» — з рецензії на фільм «Анна Кареніна», газета «Ріо» (треба: з її попередніх робіт, зокрема)
- «**В** зв'язку з розширенням виробництва, нині **діюче** приватне підприємство з переобладнання мікроавтобусів, оголошує набір працівників за **слідуючими** спеціальностями...» — з оголошення газети «Ріо Бердичів» (тут відразу три помилки, треба: за такими, у зв'язку, прибрати слово діюче)

4. Вживання плеоназмів:

- «...а також підкреслив, що **головним пріоритетом** у роботі у 2011 році буде очистка України від особливо небезпечних відходів» — з прес-релізу регіональної конференції Глобального екологічного фонду, «Урядовий портал» (треба: пріоритетом);
- «Учасники створюють невеличкі театральні сценки, читають вірші (досить часто **свої власні**), танцюють та співають» з анонсу конкурсу вчителів-початківців «Крилаті мрії», «Офіційний веб-портал Київської міської влади» (треба: свої чи власні).

5. Нерозрізнення значення паронімів:

- «Але водночас переконані, що приїзд Тараса Чубая зі своєю «боївкою» дасть **неоцінений** поштовх у справі розвитку українських співочих і взагалі творчих підмоств в цьому місті. Тож небайдужі запрошуються до підтримки концерту гривнею» — з анонсу концертної програми Тараса Чубая та гурту «Плач Єремії», портал українця «Vox» (треба неоцінений).

IV. Морфологічні помилки:

1. Помилки у вживанні форм іменників:

- «**Життя** здавалося їм **прекрасною** до тих пір, поки на острові не з'явився пірат, хто ненавидить пінгвінів» — з анонсу мультфільму «День дурнів», розміщеному на українському порталі фільмів <http://jay-zi.at.ua/> (треба: життя здавалося прекрасним).

2. Помилки у вживанні форм прикметників:

- «**Самий кращий** відпочинок за мінімальні гроші» — з оголошення про Всеукраїнський етно-фестиваль USP, клубний портал України «TOPDJ» (треба: найкращий)

3. Помилки у вживанні форм займенників:

- «Цей саундтрек — один із найкращих. Завдяки **ньому** мені і подобається фільм, — каже композитор» — з анонсу «Амелі» стане мюзиклом на Бродвеї», веб-сайту Української служби Британської телерадіомовної корпорації (треба: завдяки йому).

4. Помилки у вживанні активних форм дієприкметників:

- «Реальна історія про те, як **захоплююча** подорож обернулася авіакатастрофою» — з анотації книги М. Зукоффа «Затерянные в Шангри-Ла», сайту «Книжковий континент» (треба: захоплива)

- «Коли **процвітаючий** радянський драматург О. Галич склав свою першу пісеньку під гітару, від і гадки не мав, що його пісні стануть вироком тоталітарному радянському режиму» — з афіші «Бардівський театр з виставою за творами Олександра Галича знову в Житомирі» сайту «Афіша Житомира» (треба: успішний);
- «Романтична мелодрама про взаємини **старіючого** лікаря-психотерапевта та його молодого пацієнта, який вважає себе Дон Жуаном» — з анонсу фільму «Дон Жуан де Марко», газета «Телезамок» (треба: похилого віку);
- Коли крива доріжка заставляє **ховаючогося** від правосуддя Дома Торретто повернутися до Лос-Анджелеса, ворожнеча з агентом Брайаном О'коннером спалахує з новою силою» — з анонсу фільму «Форсаж 4», розміщеному на українському порталі фільмів <http://jay-zi.at.ua/> (треба: втікача, того, що ховається від правосуддя).

5. Помилки у вживанні прийменників:

- «Також організована електронна підписка на видання, яку легко отримати надіславши листа із текстом "Хочу ЯТЬ" **на адресу** поштової скриньки...» — з оголошення Всеукраїнської студентської газети «Ять» (треба: за адресою)
- «Молодий комп'ютерний геній Орланов, що **добився до своїх 30-ти** і слави, і достатку, і успіху у жінок...» — з анонсу фільму «Планета СНД», газета «TV-експерт» (треба: досяг у 30 років).

V. Синтаксичні помилки:

- «Не довго думаючи, Брайн погоджується, але тільки **на одній умові** — його напарником буде його власна людина. І він вибирає свого старого друга, який **по його провіні** вимушений відсиджувати в кандалах» — анонс фільму «Двійний форсаж» із сайту он-лайн фільмів (треба: за однієї умови, через нього, подвійний);
- Сюжет картини будується навколо **прими** балетного театру, у **якій** несподівано з'являється небезпечна конкурентка, здатна відібрати у головної героїні всі партії» — з анонсу фільму «Чорний лебідь», розміщеному на українському порталі фільмів «jay-zi» (треба: у якої).

VI. Стилiстичні помилки:

1. Тавтологія:

- «Джек Райан вирушає на Гавайські острови з надією на **вдачу** після довготривалого періоду **невдач**...» — з анонсу фільму «Велика крадіжка», газета «Телесенсація».

2. Неправильно вжиті стилістичні конструкції:

- «Її бабуся, королева, приїжджає у Каліфорнію, щоб розповісти Мії про її походження і дізнатися, чи **прийме вона трон**» — з анонсу фільму «Щоденники принцеси», газета «Телезамок» (треба: посяде трон, в Каліфорнію).

VII. Пунктуаційні помилки:

- «Популярний телерепортер Лейні Керріген, під час інтерв'ю з бездомним екстрасенсом, раптом дізналася, що жити їй залишилося лише тиждень» — з анонсу фільму «Життя або щось таке», газета «Телеексперт» (треба прибрати коми у першій частині речення);

- «Одного разу_коли SUV вибухнув_Джейсон трагічно втратив свого сина, тепер він солдат_та терористичні акти нагадують йому про сина» — з анонсу фільму «Тимчасова бомба», розміщеному на українському порталі фільмів <http://jay-zi.at.ua/> (треба виділити комами «коли SUV вибухнув», перед «та» теж поставити кому);
- «Талановита дослідниця разом зі своїм чоловіком — зупинила страшну епідемію, яка встигла забрати багато життів...» — з анонсу фільму «Мутанти», газета «Телесенсація» (треба прибрати тире першій частині речення).

Найчастіше в текстах малої форми можна знайти лексичні помилки, зокрема росіянізми, суржикові утворення, кальки з російської мови. Найбільше мовних огріхів допускають автори текстів, що розміщені на різних розважальних порталах, сайтах з культурного життя, телегазетах. Виникає враження, що повідомлення пишуть за допомогою он-лайн перекладача, адресанти зовсім не знають «помилконебезпечних місць української мови».

Отже, мовностилістичні особливості текстів малої форми зумовлені їх жанровою належністю та різним функціональним призначенням цих текстів. Так, наприклад, в оголошеннях, афішах, замітках, резюме, порівняно рідко використовуються тропи, стилістичні прийоми. Інші ж типи текстів малої форми як анонси, анотації, міні-рецензії та міні-огляди, рекламні повідомлення часто насичені засобами увиразнення мови, якщо це дозволяє формат джерел, в якому вони розміщені. Значна кількість текстів малої форми розміщені не в спеціалізованих виданнях, а на різноманітних сайтах, автори яких не приділяють достатньо уваги нормам правопису і припускаються великої кількості помилок.

1. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах / Василенко М. К. // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2002. — Т. 9. — С. 162–165.
2. Ваховська Л. Ф. Лінгвокогнітивний та комунікативний аспекти англійських текстів з кінематографічної проблематики (на матеріалі сучасної американської періодики): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10. 02. 04 / Л. Ф. Ваховська. — К., 2005. — 20 с.
3. Гусар М. В. Лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10. 02. 04 / М. В. Гусар. — К., 2004. — 20 с.
4. Кармин А. С. Психология рекламы / А. С. Кармин. — СПб. : ДНК, 2004. — 512 с.
5. Коваленко Є. С. Структурна організація рекламного тексту в аспекті його лінгвістичного аналізу / Євгенія Коваленко // Лінгвістичні студії. — 2009. — Вип. 18. — С. 173–178.
6. Ковальчукова М. А. Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ: дис. ... канд. філол. наук: 10. 02. 19 / Ковальчукова Марія Александровна. — Ижевск, 2009. — 169 с.

7. Лінгвокогнітивні аспекти малих текстів: моногр. / за ред. С. О. Швачко. — Суми: Вид-во СумДУ, 2008. — 178 с.
8. Ляшенко Т. С. Структурно-композиційні, лінгвостилістичні та прагматичні особливості тексту мистецтвознавчої рецензії (на матеріалі німецьких газет): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10. 02. 04 / Т. С. Ляшенко. — Л., 2004. — 19 с.
9. Мантуло Н. Б. Жанрові пріоритети журнальної критики: комунікативний аспект / Н. Б. Мантуло // Поліграфія і видавнича справа. — 2008. — Вип. 2 (48). — С. 56–62.
10. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. — М.: Изд. Едиториал УРСС, 2004. — 280 с.
11. Мясников И. Ю. Характеристика малых текстов в газете и журнале с точки зрения структуры дискурса / Илья Юрьевич Мясников // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2007. — Вып. 1. — С. 106–119.
12. Панченко Е. И. Лингвистика сжатого текста (на материале современного русского языка): дис. ... д-ра филол. наук: 10. 02. 02 / Панченко Елена Ивановна. — Днепропетровск, 1998. — 370 с.
13. Панченко С. А. Лінгвістичні параметри кіноанонсу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10. 02. 02 / С. А. Панченко. — Д., 2008. — 20 с.
14. Пашник О. В. Специфіка рекламно-розважальних журналів Запоріжжя / О. В. Пашник // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. — 2010. — № 1. — С. 146–151.
15. Плотникова Л. И. Семантический потенциал текстов малой формы (На материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Лариса Ивановна Плотникова. — Тула, 2004. — 209 с.
16. Предій Ю. Д. Комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів Інтернет-оголошень (на матеріалі англomовних текстів оголошень про роботу) / Юлія Дмитрівна Предій // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. — 2010. — № 49. — 198–201.
17. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / Александр Алексеевич Тертычный. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 319 с.
18. Туркина Е. Н. Анонс: опыт лингвистического исследования / Е. Н. Туркина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2009. — Вып. 1. — С. 108–110.
19. Федорець С. А. Феномен реклами у сучасному суспільстві / С. А. Федорець // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць. Вип. 4. — Х., 2000. — С. 48–52.
20. Шкляр В. І. Теорія і методика журналістської творчості: Конспект лекцій / В. І. Шкляр. — К.: МІЛП, 1999. — 43 с.
21. JaY-Zi: український безкоштовний портал // <http://jay-zi.at.ua/> — 2011. — берез.

**TEXTS OF SMALL FORM:
THE LINGUISTIC AND STYLISTIC ASPECT****Kateryna Lomonosova**Kyiv Taras Shevchenko National University,
Melnykova Str., 36/1, Kyiv, 04119, Ukraine**E-mail:** ersomnis@mail.ru

The article considers the linguistic and stylistic features of a texts of small form, the specific of presentation of information in them, and the most common mistakes that the authors of these texts make in them.

Key words: texts of small form, linguistic, mistakes.

**ТЕКСТЫ МАЛОЙ ФОРМЫ:
ЯЗЫКОВЫЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ****Екатерина Ломоносова**Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,
ул. Мельникова, 36/1, Киев, 04119, Украина**E-mail:** ersomnis@mail.ru

В статье рассматриваются стилистические особенности текстов малой формы, специфика подачи информации в них и самые распространенные ошибки, которые допускают авторы этих текстов.

Ключевые слова: тексты малой формы, язык, ошибки.

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2013

Прийнята до друку 14.10.2013