

the level of transformation: a) the most transformations happen on the syntactical level, followed by lexical, then – morphological, on the phonographic level there are only formal transformations; b) syntactical, lexical, and morphological transformations are the most frequent in formal aspect; c) pragmatic transformations happened only on the syntactical and lexical levels of organization of language units.

Conclusion. Qualitative and quantitative analyses of TTs represent certain translation strategies, methods and techniques, as well as their numeral definition, which is a very interesting material for investigation and improvement of demonstrated hypotheses. For the more precise and thorough analyses it is necessary to develop the theory of TTs, especially the typology of TTs, and extant the base of original agrarian texts and their translations.

Keywords: agricultural texts, translation transformations, formal TT, formal and semantic TT, pragmatic TT, lexical level, morphological level, syntactic level

УДК 811.111'342.9

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПРЕСИВНИХ ЗАСОБІВ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ

Л. С. КОЗУБ, кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
E-mail: liubatern@yahoo.com
orcid.org/ 0000-0002-6617-6442

Ю. М. ДМИТРЕНКО, студентка магістратури,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
E-mail: yuliyadmytrenko20@gmail.com

Анотація. У статті розглядаються особливості текстів малої форми, зокрема засоби створення експресії у таких текстах. Констатується відсутність єдності у підходах до тлумачення й термінологічного визначення тексту малої форми, їх жанрового розмаїття та класифікації. Простежується та аналізується зв'язок між мовностилістичними засобами та прийомами, що вживають у різних текстах малої форми та їхньою метою – підвищити емоційний вплив на читачів, посилити увагу до тексту, проінформувати аудиторію. Визначено, що використання тих чи інших засобів створення експресії у малоформатних текстах зумовлюється їхньою жанровою належністю та різним функціональним призначенням.

Ключові слова: текст малої форми, експресивність, мовностилістичні засоби, фонологічні засоби, лексичні засоби, експресивний синтакс

Актуальність. Проблема експресивності як способу надання мові і мовленню особливої виразності є однією з головних проблем сучасної лінгвістики. За допомогою експресивних засобів автор може більш повно і точно висловити своє ставлення до зображуваного, а також впливати на слухача, керувати його сприйняттям і розумінням тексту.

Актуальність теми обумовлена тим, що в сучасній науці текст як носій інформації визнається в різних його видах потужним інструментом впливу на свідомість людини. Дослідження способів такого впливу, закладених на глибинному рівні, викликає зацікавлення науковців, які працюють в різних гуманітарних напрямках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів текстів малих форм приділяли увагу вітчизняні і зарубіжні науковці. Так, вивченням семіотичного рівня займалися Л. Л. Макарук, Л. Т. Кияк-Редькович; аналіз функціонально-прагматичних аспектів здійснювали К. С. Ломоносова, Т. С. Ляшенко, Т. О. Білецька; просодичний рівень вивчали Л. І. Тараненко, Л. С. Козуб, Н. В. Деркач; лінгвістичний – С. А. Панченко, К. І. Бабелюк, Т. С. Ляшенко; лексико-граматичний та стилістичний – Самойленко О. П., мовностилістичний – Н. М. Прокопенко, К. С. Ломоносова. Типологічні та жанрові особливості текстів малої форми досліджували К. С. Ломоносова, Л. Р. Кузнецова, О. А. Ростальна, С. В. Ленська, М. А. Ковальчукова; особливості комунікативної та композиційної будови – Л. Ф. Ваховська.

Мета дослідження – проаналізувати термінологію, яка використовується в сучасному мовознавстві на позначення коротких текстів, особливості використання експресивних засобів у англомовних текстах малої форми, встановити їхню роль і значення для досягнення прагматичного ефекту.

Методи і матеріали дослідження: У процесі дослідження застосовано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, порівняння, метод лінгвістичної інтерпретації результатів дослідження.

Результати. Варто зазначити, що у вітчизняному і зарубіжному науковому просторі не існує єдиного терміну на позначення текстів малої форми. Для позначення згаданих текстів різні дослідники використовують такі терміни: «тексти малих форм», «короткі тексти», «мікротексти», «тексти малого обсягу», «мінімальні тексти», «стислі тексти», «тексти малого жанру» [1,4]. До цього переліку Л. І. Тараненко додає ще низку використовуваних термінів: «малі епічні жанри», «мікрожанри», «афористичні жанри», «мовленнєві жанри», «текст-формула», «малі жанрові форми» тощо [12].

Простежується певна відмінність і у тлумаченні зазначених текстів. За визначенням К. С. Ломоносової, «міні-тексти – це зафіксовані на письмі продукти мовленнєвої діяльності, що характеризуються інформаційною насиченістю, лаконізмом, комунікативною завершеністю, компресією та виразністю мовних засобів» [8, с. 1]. А. А. Леонтьєв характеризує текст малого формату як самодостатню зв'язну змістовну єдність, в якій чітко виражені початок та кінець, чітко простежуються текстові категорії і, яка мінімально може бути виражена одним реченням, максимально не повинна перевищувати стандартну сторінку друкованого аркушу [5].

Проте думки науковців різняться щодо обсягу текстів малої форми: деякі вважають, що обсяг такого тексту має бути від одного до семи речень, інші – що він не повинен перевищувати стандартну сторінку друкованого аркуша або 60 газетних рядків. До малої прози англомовні фахівці також відносять текст, розміром 300-500, іноді 1500 слів, російськомовні – від 25 до 650 слів. З появою інтернету дослідники почали говорити про малий текст «величиною в один екран» (при його прочитанні з монітора не потрібна вертикальна прокрутка) [6].

Разом з тим, на сьогодні вчені не дійшли єдиної думки щодо жанрового розмаїття малих текстів. Так, К. С. Ломоносова поділяє тексти малої форми на нетипові тексти – прислів'я, загадки, афоризми, байки, міні-казки, лімерики,

висловлювання, промовки, анекдоти, притчі, короткі новели та оповідання, чутки, біблеїзми, жарти тощо; і типові тексти малої форми – анонси, оголошення, афіші, анотації, міні-огляди та міні-рецензії, замітки, тези, резюме, коментарі, рекламні тексти, цитати, прес-релізи тощо [7, с.325]. До малоформатних текстів К. І. Панченко відносить прогноз погоди, інструкції, оголошення, рецепти, афоризми, автобіографії, міфи та навіть нетипові малоформатні казки, формальною ознакою яких є стислість [10, с. 213].

Для текстів малої форми характерні контекстуальність, змістова, комунікативна і структурна цілісність, тематична визначеність, завершеність, семантична самодостатність, модальність і особлива прагматична функціональність [11, с. 56]. Автори зазначених текстів 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 [6, с. 325]. Зупинимося на засобах вираження експресії у текстах малої форми.

В «Академічному тлумачному словнику української мови» знаходимо таке визначення експресії – «сила вираження, вияву яких-небудь почуттів, переживань і т.д.; виразність» [13]. Експресія – найважливіша стилістична категорія. Під експресією розуміють виразно-зображальні засоби мови, які відрізняють її від звичайної, стилістично нейтральної, роблять мовні засоби образними, яскравими, емоційно забарвленими [2]. В основі явища експресивності лежать кілька груп психологічних закономірностей, що стосуються, з одного боку, вираження емоцій і почуттів, а з іншого – сприйняття. За твердженням В. Н. Грідіна, експресивність є сукупністю семантико-стилістичних ознак мовних одиниць, завдяки яким вона має змогу функціонувати в комунікативному акті як засіб суб'єктивного вираження ставлення мовця до адресата або змісту повідомлення й адресату [3]. На думку Т. В. Матвєєвої, експресивність – це властивість мовних і мовленнєвих одиниць виражати емоційно-оцінний стан автора і його небайдуже ставлення до означуваного, мовного партнера, комунікативної події в цілому, самого себе. Експресивність пов'язана з особистістю того, хто говорить (пише) і мовним впливом на його мовленнєвого партнера, це суб'єктивний компонент мовного спілкування [9]. До прагматичних категорій експресивності відносять А. А. Мецлер, Р. О. Піотровський, Д. С. Писарєв та інші, адже експресивність орієнтована на адресата, тобто має прагматичне значення. До експресії відносять своєрідні смислові відтінки, які додаються до основних значень слів і виразів, таким чином, дозволяючи автору виражати своє ставлення до того, що він описує, даючи йому відповідну оцінку [14].

Існує велика кількість засобів створення експресії. Всі ці засоби можна поділити на чотири групи: фонологічні (тривалість звуку, інтонація, гучність і тембр голосу, темп мовлення, алітерація, асонанс, спеціальні ритміко-інтонаційні конструкції та ін.); морфологічні (афіксація); лексичні (експресивно-забарвлені слова, метафора, метонімія, іронія, алегорія, гіпербола, сарказм, порівняння, епітет, okazіоналізм, алюзія, прислів'я, приказки та ін.); синтаксичні (анафора, епіфора, антитеза, риторичні запитання, інверсія, емфатичні конструкції, парцеляція, замовчування та ін.). Завдання перелічених засобів – посилити увагу аудиторії до тексту, підвищити емоційний вплив на читачів. Ефективність впливу текстів малої форми, вважає К. Туркіна, залежить від використання прийомів, що апелюють до прихованих або явних очікувань аудиторії. 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) [7, с. 327]. Найчастіше до таких прийомів звертаються при створенні реклами, де використовуються риторичні запитання: «*What would you rather put away: your cigarette or our dreams?*», прямі звертання до адресата: «*Get the right rhythm for your water bills*» (Acea), «*Let's play with your hair*» (Nikola Melita hair studio) тощо [17]. Подібні конструкції роблять текст переконливішим, інколи додають інтриги, а головне, мають на меті встановити контакт із читачем, а отже й посилити вплив на нього. Алітерація, ритм і рима є засобом створення експресії на фонетичному рівні, вони роблять текст більш структурованим, дозволяють його швидше запам'ятати. Наприклад: «*Winston tastes good like a cigarette should*», «*It's the Viakal fizz that does the bizz!*», «*The flavour of a Quaver is never known to waver*», «*Allied Irish Bank: Britain's best business bank*», «*Greyhound: Greyhound going great*», «*Fila: Functional... Fashionable... Formidable...*», «*Coleman footgear: Better choice, better joys*» [16].

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 загальноновживану лексику, відносно прості синтаксичні елементи. 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 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. За твердженням Т. Ляшенко, використання різноманітних засобів експресивного синтаксису (інверсія, антитеза, повтор тощо) та образних засобів (метафора, порівняння, епітети, фразеологія, цитування) надає тексту виразності [7, с. 326]. Візьмемо, наприклад, рецензію журналіста «The New York Times» Чарльза Ішервуда на театральну постановку «Alladin» [15]. Для того, щоб надати необхідного забарвлення тексту автор використовує численні епітети: *ba-dum-bum humor, salaaming dancers, ne'er-do-well companions, wisecracking animals, syrupy spirit*; метафори: *set my heart racing, broadway has been lapped by wave after wave of big, often gloppy songfests*; персоніфікацію: «*Aladdin*» *has an infectious and only mildly syrupy spirit*; гіперболи «*blinding gold costumes*», «*maniacally entertaining number*», повтори «*As directed and choreographed (and choreographed, and choreographed) by Casey Nicholaw*» (тут автор очевидно намагається наголосити на великій кількості танцювальних номерів); екзотизми (які підкреслюють колорит східної казки) *vizier, bazaar, tabbouleh, harem* [15]. Усі ці засоби роблять прочитання тексту більш цікавим і захоплюючим для аудиторії, створюють позитивний образ заходу та викликають бажання його відвідати.

Аргументація, пояснення, узагальнення у міні-текстах спрямовані не стільки на створення об'єктивної картини, різнобічного розуміння предмету розмови (як в аналітичних жанрах), скільки на формування певного (найчастіше позитивного) ставлення до нього, отже, на стимулювання читача тексту до певних дій (прочитання книжки, перегляду фільму тощо) [6]. У текстах присвячених подіям культурно-розважального життя, які написані в художньо-публіцистичному стилі, наприклад, в анонсах кінофільмів засобами створення інтриги може служити вдало введена в текст фігура умовчання [7, с. 327]. Приклад влучного

використання цього прийому знаходимо в анонсі телесеріалу «Doctor Who»: *«mannequins in the store came to life and tried to kill Rose, if not for the help of the mysterious Doctor ...»* [18]. 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 події, що відбуваються в ньому, тощо. У кіноанонсах знаходимо і прийоми діалогізації, автори таких текстів немов звертаються безпосередньо до читача, встановлюючи з ним контакт, провокують на перегляд фільму, наприклад, зі складним сюжетом [7, с. 327].

Висновки і перспективи. Отже, використання тих чи інших засобів створення експресії у текстів малої форми зумовлюється їхньою жанровою належністю та різним функціональним призначенням. Так, 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, у якому вони розміщені.

Отримані результати дослідження можуть бути використані під час подальшого поглибленого вивчення особливостей використання експресивних засобів у текстах малої форми, зокрема текстів-анотацій англійської художньої літератури.

Список використаних джерел

1. Бабенко О.В. Проблематика малоформатних текстів: жанр притчі в сучасній літературі [Текст] / О.В. Бабенко // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». – Вип. 38. – 2013. – С. 147-148.
2. Вахитова, Г. В. Способы передачи внутренней экспрессивности текста [Текст] : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Г. В. Вахитова. – Уфа, 2007. – 23 с.
3. Гридин, В. Н. Экспрессивность [Текст] / В. Н. Гридин // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 591.
4. Козуб, Л. С. Соціолінгвістичні особливості просодичної організації тексту англійської комерційної телереклами (експериментально-фонетичне дослідження) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Любов Степанівна Козуб. – Запоріжжя, 2005. – 226 с.
5. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность [Текст] / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
6. Ломоносова, Е. С. Жанровые особенности текстов малой формы [Текст] / Е. С. Ломоносова // Universum: Филология и искусствоведение: электронный научный журнал. – М., 2015. – № 3-4 (17).
7. Ломоносова, К. С. Тексти малої форми: мовностилістичний аспект [Текст] / Катерина Сергіївна Ломоносова // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2013. – Вип. 38. – С. 325-333.
8. Ломоносова, К. С. Функціонально-комунікаційна система малих текстових форм у мас-медіа : структура і типологія (на матеріалі пресових та інтернет-видань) [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікації : 27.00.04 / Катерина Сергіївна Ломоносова. – К., 2016. – 20 с.
9. Матвеева, Т. В. Лексическая экспрессивность в языке [Текст] / Т. В. Матвеева. – Свердловск : Изд-во Уральск. гос. ун-та, 1986. – 91 с.

10. Панченко К. І. Лінгвістичні особливості текстів малої форми / К. І. Панченко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. – Вип. 38. – Острог, 2013. – С. 213-214.
11. Прокопенко, Н. М. Малі текстові форми гумористичного дискурсу [Текст] / Н. М. Прокопенко // Філологічні трактати. – 2016. – Том 8, № 1. – С. 54-61.
12. Тараненко, Л. І. Просодичні засоби актуалізації англійських фольклорних текстів малої форми (експериментально-фонетичне дослідження) [Текст] : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / Лариса Іванівна Тараненко. – Харків, 2016. – 661 с.
13. Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/>
14. Языковые средства создания экспрессивности [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=887638#1>
15. Isherwood, Ch. Sly Alchemy From That Lamp [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2014/03/21/theater/aladdin-tweaks-the-disney-formula-with-breezy-insouciance>
16. List of Commercial Slogans [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.scribd.com/doc/59453217/List-of-Commercial-Slogans>
17. Szczepanik, Magdalena. Multimodal Discourse Analysis of Print Advertisements: Neologisms and Metaphors in Advertising: Master's Diploma Thesis. – 2010 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://is.muni.cz/th/282175/ff_m/M.A.Thesis_plus_App.pdf
18. TV-Buzer [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.tvbuzer.com/tv-shows/Doctor-Who>

References

1. Babenko, O.V. (2013). Problematyka maloformatnykh tekstiv: zhanr prytychi v suchasniy literatury [Issues of small-format texts: the parable genre in modern literature]. Proceedings of National University "Ostroh Academy". Series: Philological, 38, 147-148.
2. Vakhytova, H. V. (2007). Sposoby peredachi vnutrenney ekspressivnosti teksta [Methods of conveying the internal expressiveness of the text]. Ufa, 30.
3. Gridin, V. N. (1990). Ekspressivnost [Expressiveness]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya, 591.
4. Kozub, L. S. (2005). Sotsiolingvistichni osoblyvosti prosodychnoyi organizatsiyi tekstu anglyiskoyi komertsynoyi telereklamy (eksperymentalno-fonetychne doslidzhennya) [Sociolinguistic Peculiarities of the Prosodic Organization of English Television Commercials: An Experimental Phonetic Study]. Zaporizhia, 226.
5. Leontev, A. A. (1969). Yazyk, rech, rechevaya deyatel'nost' [Language, speech, speech activity]. Moscow: Prosveshchenie, 214.
6. Lomonosova, E. S. (2015). Zhanrovyye osobennosti tekstov maloyi formy [Genre peculiarities of small texts]. Universum: Philology and art history: an electronic scientific journal, 3-4 (17).
7. Lomonosova, K. S. (2013). Teksty maloii formy: movnostylistychnyy aspekt [Small texts: linguistic stylistic aspect]. Herald of Lviv University. Series: Journalism. 38, 325–333.
8. Lomonosova, K. S. (2016). Funktsionalno-komunikatsiyna systema malykh tekstovykh form u mas-media: struktura i typolohiya (na materialy presovykh ta internet-vydan) [Functional and communicational system of small texts in media: structure and typology (based on press and Internet publications)]. Kiev, 20.

9. Matveeva, T. V. (1986). Leksicheskaya ekspresivnost v yazyike [Lexical expressiveness in language]. Sverdlovsk: Publishing house in Uralsk State. Un., 91.
10. Panchenko, K. I. (2013). Linhvistychni osoblyvosti tekstiv maloyi formy [Linguistic peculiarities of small texts]. Herald of National Ostrog akademiya. Series: Philological, 38, 213-214.
11. Prokopenko, N. M. (2016). Mali tekstovi formy humorystychnoho dyskursu [Small text form humoristichnoho discourse]. Philological treatises, Vol.8,1, 54-61.
12. Taranenko, L. I. (2016). Prosodychni zasoby aktualizatsiyi anhliyskykh folklornykh tekstiv maloyi formy (eksperymentalno-fonetychne doslidzhennya [Prosodic Means Actualizing English Small Form Folk Texts (an Experimental Phonetic Study)], 21-22.
13. Akademichnyy tlumachnyy slovnyk ukrayinskoii movy [Academic Explanatory Dictionary of the Ukrainian language]. Available at: <http://sum.in.ua/s/>
14. Yazykovyie sredstva sozdaniya ekspressivnosti [Language means for creating expressiveness]. Available at: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=887638#1>
15. Isherwood, Ch. Sly Alchemy From That Lamp. Available at: <https://www.nytimes.com/2014/03/21/theater/aladdin-tweaks-the-disney-formula-with-breezy-insouciance>
16. List of Commercial Slogans. Available at: <https://www.scribd.com/doc/59453217/List-of-Commercial-Slogans>
17. Szczepanik, M. Multimodal Discourse Analysis of Print Advertisements: Neologisms and Metaphors in Advertising: Master's Diploma Thesis. Available at: http://is.muni.cz/th/282175/ff_m/M.A.Thesis_plus_App.pdf
18. TV-Buzer. Available at: <http://www.tvbuzer.com/tv-shows/Doctor-Who>

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКСПРЕССИВНЫХ СРЕДСТВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ МАЛОЙ ФОРМЫ

Л. С. Козуб, Ю. М. Дмитренко

Аннотация. В статье рассматриваются особенности текстов малой формы, в особенности средства создания экспрессии в таких текстах. Констатируется отсутствие единства в подходах к толкованию и терминологическому определению текста малой формы, их жанрового разнообразия и классификации. Прослеживается и анализируется связь между лингвостилистическими средствами и приемами, которые употребляют в разных текстах малой формы и их целью – повысить эмоциональное воздействие на читателей, усилить внимание к тексту, проинформировать аудиторию. Определено, что использование тех или иных средств создания экспрессии в малоформатных текстах обусловлено их жанровой принадлежностью и различным функциональным назначением.

Ключевые слова: текст малой формы, экспрессивность, лингвостилистические средства, фонологические средства, лексические средства, экспрессивный синтакс

PECULIARITIES OF THE EXPRESSIVE MEANS USE IN ENGLISH SMALL FORM TEXTS

L. S. Kozub, Yu. M. Dmytrenko

Abstract. In modern science text as a data carrier is recognized in its various forms to be a powerful tool of influence on the human mind. Expressiveness as a way to provide speech and language with specific distinctiveness gives the author an opportunity not only to more fully and accurately express their attitude to the described facts, but also to influence the listener, manage its perception and understanding of the text.

The article deals with peculiar features of small form texts, in particular expressive means used in these texts. It highlights the lack of unity in the approach to the interpretation and terminology definition of small form texts, their diversity and genre classification. It draws attention to the role of small form texts in shaping attitudes and interests of the audience. It is observed that the impact efficiency of small form texts depends on the use of means that appeal to hidden or explicit expectation of the audience: on the semantic level – direct call to action, exclamation, rhetorical question, presuppositions, contrast; metasemiotic – connotative, associative value; metametasemiotic – psychoanalytic motivation and performance by means of suggestion and persuasion. The analysis was provided to trace the connection between linguistic and stylistic means used in various small form texts and their purpose – to increase the emotional impact on the reader, to draw the attention to the text, to inform about the events or facts.

It is determined that the use of certain expressive means in small texts is predetermined by their genre affiliation and various functional purposes. In texts, such as ads, posters, notes, summaries, that are intended to inform the audience about a particular event, oriented to fast perception of information, tropes and stylistic devices are used relatively rarely. Other types of small form texts such as small announcements, annotations, and mini-reviews, advertisements, comic lyrics are often enriched with expressive means of the language, since they are directed not only to create an objective picture of reality, to provide comprehensive understanding of the subject of conversation (as in analytical genres), but what is important, to form a certain (usually positive) attitude, therefore, to stimulate the reader of the text to certain actions.

Keywords: *small form texts, expressiveness, expressive means, linguistic and stylistic means, phonological means, lexical means, expressive syntax*

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
SCIENTIFIC HERALD of
NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE AND
ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 263

Серія: Філологічні науки
Series: Philological Sciences

Свідоцтво про державну реєстрацію
Серія КВ 22395-12295 ПР від 04.10.2016

Підписано до друку ____ .2017 р. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Гарнітура Arial. Друк різнографія
Умовно-друковані арк. __. Обліково-видавничі арк. __
Наклад 300 прим. Замовлення №

Видавництво «МІЛЕНІУМ» (Київ)
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 535 від 19.07.2001 р.



Видавництво «МІЛЕНІУМ»

м. Київ, вул. Фрунзе, 60
Тел.: +38 (067) 849-34-60
Факс: +38 (044) 222-74-35
E-mail: milenium_ofis @ukr.net