

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ТРЕЙЛЕРА КАК МАЛОФОРМАТНОГО КИНОТЕКСТА

Е. В. Вохрышева

доктор филологических наук, профессор

Самарский филиал Московского городского педагогического университета

г. Самара, Россия

VokhryshevaEV@mgpu.ru

Трейлер к кинофильму является жанром кинотекста малоформатного объема. Он характеризуется мультимодальным форматом, специфической структурой представления содержания и особой стилистикой в целях воздействия на оценочную и интерпретационную деятельность реципиента информации. В центре трейлера – воздействие на эмоции реципиента, которое достигается различными аудиовизуальными элементами видеоряда и языковыми средствами текстового сообщения. Структура сюжета трейлера может развиваться линейно, нелинейно и комбинированным путем благодаря сочетанию в себе линейности, спиралевидности и хаотического распределения основных компонентов композиции. Среди языковых средств выделяются особая лексика, эпитеты, парадоксы, параллелизм, использование перечислений, эмфатических конструкций, антитез.

Ключевые слова: трейлер, кинотекст, малоформатный текст, линейное и нелинейное развитие сюжета, стилистические средства.

STRUCTURAL AND SEMANTIC CHARACTERISTICS OF THE ENGLISH TRAILER AS A SMALL FORMAT CINEMATIC TEXT

E. V. Vokhrysheva

Doctor of Philological Sciences, Professor

Samara Branch of Moscow City University

Samara

VokhryshevaEV@mgpu.ru

Trailer is a cinematic genre of a small format text characterized by multimodality, specific structure of contents representation and specific stylistics to provide an impact on the recipient's evaluative and interpretation activities. The centre of the trailer comprises the persuasive effect upon the recipient's emotions which is reached through different audiovisual elements of a video-row and due to language means of the text messages. The structure of the trailer plot may be developed linear and non-linear and in a combined way with the conjunction of linearity, spiral and chaotic diversification of main components. Among language means there spread particular vocabulary, epithets, paradoxes, parallelism, using enumerations, emphatic constructions, antithesis.

Keywords: trailer, cinematic text, small format text, linear and non-linear plot development, stylistic means.

Современная текстовая действительность такова, что она характеризуется многожанровостью, особенно в массмедийном пространстве. Там продуцируются тексты достаточно разнообразные по типу, содержанию, формату и объему. Одним из таких типов текста являются малоформатные тексты. В настоящее время малоформатные тексты (МФТ) стали одним из самых доступных и популярных источников информации. МФТ демонстрируют следующие особенности: небольшой объем, информативность, лаконичность, свернутость и выразительность языковых средств. Предметом дискуссий по МФТ является их объем. Некоторые исследователи считают, что такой тип текста может включать от одного слова до 1500 печатных знаков¹, от 100 до

¹ Таюпова 2005.

200 слов², одного до семи предложений (фраз)³ или 7–10 строк⁴ [Руберт]. Другие (например, К. И. Панченко) предлагают объем в пределах обычного печатного листа или 60 газетных строк⁵. Некоторые лингвисты (например, М. Пратт) считают, что объем МФТ должен составлять 300–500 или максимум 1500 слов⁶. Все же большинство отечественных лингвисты устанавливают объем от 25 до 650 слов. Из-за интенсификации работы Интернета ученые склонны обсуждать размер МФТ в пределах «одного экрана» (при чтении на дисплее нам не нужно прокручивать страницу)⁷.

Что касается классификаций МФТ, то, согласно типологии Е.С. Ломоносовой, они могут быть представлены в следующих формах: объявления, резюме, плакаты, краткий перечень вопросов, заметки, интернет-миниатюры, комментарии, рефераты, мини-истории, мини-обзоры, мини-рекомендации, мини-критические обзоры, пресс-релизы, рекламные тексты, тексты с описанием товаров и т. д. Каждый тип текста представляет свою функциональную направленность, лингвистические особенности и структуру⁸. О. Н. Исаева отмечает, что «с минимальным текстом по традиции ассоциируются сообщения, телеграммы, записки, объявления, краткие газетные репортажи и т. п. По ее мнению, к МФТ можно отнести такие дискурсивные структуры, как объявления, инструкции, рецепты приготовления блюд, прогнозы погоды, заголовки книг, газет, журналов и т. п., которые, в свою очередь, объединены одним формальным признаком – краткостью или малым объемом»⁹.

Г. А. Иоакимиди, изучая жанры шоу-бизнеса, выделяет письменные и устные – по форме презентации, и первичные и вторичные жанры – по формальным и прагматическим признакам. Трейлер относится автором к вторичным устным жанрам шоу-бизнеса¹⁰.

Мы относим трейлер к кинофильму к одному из жанров кинотекста и к классу малоформатных текстов и представляем его как малоформатный кинотекст, вследствие чего целесообразно остановиться на некоторых его особенностях как кинотекста и малоформатного текста.

Как малоформатный текст трейлер характеризуется следующими функциональными свойствами: смысловой компрессией, оптимальным соотношением выбранных дискурсивных средств с их коммуникативной эффективностью, формальной и семантической самодостаточностью, тематической определенностью, информативностью. Для реализации воздействующей функции создатель трейлера использует определенные виды стратегий, связанные со структурированием и подачей в нем текстовой информации о кинофильме, подчиненные целям коммуникативного воздействия для того, чтобы выделить объект среди конкурентных и акцентировать его привлекательные свойства для адресата сообщения.

Он отличается двойственной природой, выступая как лингвовизуальный, мультимодальный феномен, объединяя в себе вербальный и иконический (изобразительный) компоненты, которые образуют одно смысловое и структурно-функциональное целое. Кинотрейлер является культурообразующей единицей, передающей определённый набор особенностей культуры адресанта. Корректное восприятие информации, заложенной в кинотексте, обеспечивается прочтением образов, выявляющих структуры ментальности лингвокультуры, её ценностно-

² Плотникова 2012.

³ Толстолицкая 2008.

⁴ Руберт 1990.

⁵ Панченко 2013.

⁶ Pratt 1981.

⁷ Шестова 2015.

⁸ Ломоносова 2015.

⁹ Исаева 2014, 190.

¹⁰ Иоакимиди, 2016, 52.

эстетическую норму, прототип. Отличие трейлера от полного кинофильма состоит в том, что он является как раз малоформатным, структурированным по особой логике, которая отражает ключевые моменты фильма, но далеко не всегда выявляет основную идею фильма. В трейлере во многом комбинируется видеоряд наиболее зрелищных фрагментов по принципу калейдоскопа, предназначенного для анонсирования и рекламы данного фильма, воздействующего на восприятие зрителя и производящего на него впечатление, которое в дальнейшем либо побуждает его к просмотру фильма, либо наоборот.

Вследствие специфики трейлера как кинотекста малоформатного типа можно обозначить его следующее определение: *трейлер – это малоформатный текст, характеризующийся мультимодальным форматом, специфической структурой представления содержания и особой стилистикой в целях воздействия на оценочную и интерпретационную деятельность реципиента информации.*

Остановимся на некоторых структурно-семантических особенностях англоязычных трейлеров. Кинотрейлер имеет определённую структуру, которая включает в себя следующие компоненты: завязка, экспозиция, кульминация, развязка. Стратегии построения сюжетной линии в трейлере можно разделить на: 1) линейное 2) нелинейное и 3) комбинированное¹¹.

Линейное развитие сюжета представляет собой выстраивание видеопизодов в трейлере в порядке, соответствующем порядку действий героев в кинофильме. Как правило, схема построения видеоряда при прямой линии развития сюжета выглядит так: кадр начального действия в фильме – rack shot (содержит название, информацию об актёрах, информацию или ссылки на дополнительную информацию о фильме и дату начала выхода фильма в кинопрокат) – завязка – экспозиция – кульминация – rack shot. Это характерно для таких трейлеров к кинофильмам, как “Hitch” – «Правила съёма: метод Хитча», “Avatar” – «Аватар», “Legally blonde” – «Блондинка в законе», “I am legend” – «Я легенда». Проведённое исследование 120 трейлеров показало, что в 22 % случаях видеоряд в кинотрейлере представлен в линейной последовательности.

Нелинейное развитие сюжета встречается в 58 % случаев, и в нём наблюдается несколько подтипов. Основной тип спиралевидное развитие сюжетной линии, в котором каждый фрагмент сюжетной линии komponуется хаотично, асинхронно с последовательностью происходящего в фильме, как по спирали. Скачкообразность придаёт трейлеру эмоциональную напряжённость, контрастность, что сохраняет свежесть восприятия и вовлекает зрителя в предложенную режиссёром игру – распутывание сюжета.

Действие в трейлере к кинофильму “Looper” – «Петля времени» разворачивается по следующей схеме: «нарезка» кадров из разных частей фильма – rack shot с названием компании, выпустившей фильм – «нарезка» кадров из разных частей фильма – завязка – кадр из середины фильма – кульминация – «нарезка» кадров из разных частей фильма – rack shot с информацией о дате выхода фильма в кинопрокат – начальный кадр фильма – rack shot с дополнительной информацией о фильме – «нарезка» кадров из разных частей фильма – rack shot с названием фильма – rack shot с дополнительной информацией о фильме – rack shot с информацией о дате выхода фильма в кинопрокат.

В данном трейлере завязка и кульминация следуют друг за другом, они отделены всего одним кадром из середины кинофильма. Специфика трейлера к фильму “Looper” состоит в большом количестве кадров, быстро сменяющих друг друга, «нарезка» кадров из разных частей фильма насыщенная, именно с её помощью режиссёру удаётся удержать зрителя до конца трей-

¹¹ Вохрышева, Поляковская 2013.

лера. Представление кадров в данном видеоряде и минимальное количество pack shot в середине трейлера придают динамичность и напряжённость общему сюжету, кадры связаны между собой контекстуально, общий стиль структуры трейлера также не нарушается, отсутствуют повторяющиеся элементы на протяжении всего видеоряда, это свидетельствует о смысловой содержательности фильма и наличии напряжённых пиковых моментов.

Существуют также подтипы данной схемы, такие как спиралевидное развитие сюжетной линии с большим количеством pack shot (10 %), с оттягиванием кульминационного момента (10 %), с параллельным развитием сюжетных линий с их дальнейшим пересечением (10 %), с параллельным развитием сюжетных линий без их дальнейшего пересечения (4 %), с параллельным развитием сюжетных линий и с последующим спиралевидным развитием (3 %), с параллельным спиралевидным развитием сюжетных линий в хронологическом порядке (2 %), с параллельным спиралевидным развитием сюжетных линий vice versa (1 %).

Наблюдаются и комбинированные способы выстраивания сюжетных линий в трейлерах, одним из которых является прямая линия развития сюжета, переходящая в спиралевидное развитие. Подобная структура встречается в 20 % случаев. Подобные трейлеры реализуются для фильмов “Get the Gringo” (2012) – «Весёлые каникулы», “Taken” (2007) – «Заложница», “The Five-Year Engagement” (2012) – «Немножко женаты», “Law abiding citizen” (2009) – «Законопослушный гражданин», “Mr. and Mrs. Smith” (2005) – «Мистер и Миссис Смит», “Stay Alive” (2006) – «Остаться в живых» и др.

Что касается текстовых сообщений в трейлерах, то во многих англоязычных трейлерах присутствует большое количество числительных, в основном количественных. В большинстве случаев цифры указывают на количество персонажей, или на количество сюжетных линий, или на количество лет, в течение которых проходят события в фильме. И чаще всего, если определённая цифра или число было произнесено в рекламном тексте, то они будут повторены ещё, как минимум, один раз: «Two brides... Two weddings... Two weddings...» («Bride Wars»). – «Две невесты... Две свадьбы... Две свадьбы...» (х/ф «Война невест»)¹². «Two women with the same problem...» («The Holiday»). – «Две женщины с одинаковой проблемой...» (х/ф «Отпуск по обмену»)¹³.

В англоязычных трейлерах замечены в большом количестве отрицательные предложения с такими конструкциями как never, there’s no, nobody, don’t understand, impossible, don’t care, no turning back, he’d never, is not, can’t be, can’t, no one, didn’t, couldn’t и другие. Использование такого большого количества отрицаний обусловлено разными причинами. Иногда они указывают на жизнь главного героя (героев), какой она была до конкретных в ней перемен, о которых и рассказывается в фильме. Отрицания подчёркивают, что события, которые показаны в кинокартине, меняют жизнь героев к лучшему: “Charlie never stood out... until he found friends that let him in...” (“The Perks of Being a Wallflower”). – «Чарли никогда не выделялся... пока он не нашёл друзей, принявших его...» (х/ф «Хорошо быть тихоней»)¹⁴. “Tom Hensen grew up believing that he’d never truly be happy until the day he met the one...” (“500 Days of Summer”). – «Хенсен рос, думая, что он никогда не будет по-настоящему счастлив, пока он не встретил её...» (х/ф «500

¹² Trailer to film “Bride Wars”, 2009. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fkTqxsGlcQ> (дата обращения: 15.09.2022).

¹³ Trailer to film “The Holiday”, 2006. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BDi5zH18vxUt> (дата обращения: 15.09.2022).

¹⁴ Trailer to film “The Perks of Being a Wallflower”, 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n5rh7O4IDc0> (дата обращения: 15.09.2022).

дней лета»)¹⁵. Кроме этого у отрицаний есть также функция указания на исключительность главного героя (героев): “To do it would be impossible... There’s a dozen reasons it won’t work... and eleven guys who don’t care...” (“Ocean’s Eleven”). – «Сделать это невозможно... Есть множество причин, почему это не сработает... и одиннадцать парней, которым наплевать... (х/ф «Одиннадцать друзей Оушена»)¹⁶. “He’d never missed hit... He’d never got caught... He’d never had a reason to care...” (“Leon”). – «Он не упустил ни одного удара... Его невозможно было поймать... Ему не из-за чего было беспокоиться...» (х/ф «Леон»)¹⁷.

Преобладают также и формы будущего времени. Как и отрицания, они указывают на кардинальные перемены в жизни персонажей фильма: “For now he must live in “The Terminal”... He will find a job. He will make new friends...” (“The Terminal”). – «Теперь он должен жить в терминале... Он найдёт работу. Он найдёт новых друзей...» (х/ф «Терминал»)¹⁸. Также формы будущего времени «приглашают» нас к просмотру фильма. В таком случае в предложениях указывается на время выхода фильма: “On December 19 you’ll be given a key. A James Cameron film...” (“Titanic”). – «19 декабря вы получите ключ. Фильм Джеймса Камерона...» (х/ф «Титаник»)¹⁹.

Как и в телевизионных рекламных роликах, в трейлерах чаще всего среди стилистических средств встречаются эпитеты, выраженные как прилагательными, так и наречиями. Их роль в трейлерах та же, что и в других видах рекламы: вызывать чувства у зрителей и делать рекламируемый фильм более привлекательным. Кроме того, эпитеты ещё, как правило, передают общее настроение всего фильма и делают трейлер более ярким и эмоциональным, а, соответственно, более запоминающимся: “Powerful... Poignant... Life Affirming...” (“Inside I’m dancing”) – («Сильный... Проницательный... Жизнеутверждающий...») (х/ф «...А в душе я танцую»)²⁰. “Pervert... Alcoholic... Psycho... Rude” (“Filth”). «Извращенец... Алкоголик... Псих... Грубиян...» – (х/ф «Грязь»)²¹. “Shocking! Savage! Explosive! And a brilliant cast that forms a battering ram of excitement...” (“12 Angry Men”). – «Шокирующий! Дикий! Взрывной! И восхитительный актёрский состав, который создаёт пробивное оружие восхищения...» (х/ф «12 разгневанных мужчин»)²². “A mature... Psychologically rich showcase. Maika Monroe is terrific” (“Watcher”) – Зрелая... психологически наполненная игра. Майка Монро великолепна!» (х/ф «Наблюдающий»)²³.

Если рассматривать некоторые стилистические приемы, то можно отметить, что еще одним из самых распространённых стилистических приёмов трейлеров является параллелизм. Параллелизм – соединение двух и более сочиненных предложений (или частей их) путем строгого соответствия их структуры – грамматической и семантической. «He can show you the moves... He can teach you the rules...» (“Hitch”). – «Он может показать вам движения... Он может научить вас правилам...» (х/ф «Правила съёма: метод Хитча»)²⁴. «Music was his Passion... Survival was

¹⁵ Trailer to film “500 Days of Summer”, 2009. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PsD0NpFSADM> (дата обращения: 17.09.2022).

¹⁶ Trailer to film “Ocean’s eleven”, 2001 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=imm6OR605UI> (дата обращения: 17.09.2022).

¹⁷ Trailer to film “Leon”, 1994. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jawVxq1Iyl0> (дата обращения: 17.09.2022).

¹⁸ Trailer to film “The Terminal”, 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GZjC9dAvWuU> (дата обращения: 25.09.2022).

¹⁹ Trailer to film “Titanic”, 1997. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kVrqfYjkTdQ> (дата обращения: 25.09.2022).

²⁰ Trailer to film “Inside I’m Dancing”, 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m2X4M3WT0W4> (дата обращения: 25.09.2022).

²¹ Trailer to film “Filth”, 2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uWGHCLu0fZg> (дата обращения: 28.09.2022).

²² Trailer to film “12 Angry Men”, 1997. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Z4Ym5vBfk50> (дата обращения: 25.09.2022).

²³ Trailer to film “Watcher”, 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PJoq995vAFE> (дата обращения: 11.10.2022).

²⁴ Trailer to film “Hitch”, 2005. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pYrrEUgnT6s> (дата обращения: 28.09.2022).

his Masterpiece...» (“The Pianist”). – «Музыка была его страстью... Спасение было его шедевром...» (х/ф «Пианист») ²⁵. «His job is to protect us. Her job is to protect him» (“Intelligence”) – «Его работа – защищать нас. Ваша работа – защищать его» (х/ф «Искусственный интеллект») ²⁶.

Перечисления придают трейлеру напряженность «A hidden world, emerging powers, a secret legacy» (“The tomorrow people”) – «Тайный мир, появляющиеся силы, секретное наследие» (х/ф «Люди будущего») ²⁷. Для создания напряженности и психологического воздействия на зрителя часто используется повтор слова, которое становится ключом к содержанию фильма. Так, в трейлере к фильму “Watcher” повторяется слово follow.

Часто в трейлерах применяется такой прием, как – антитеза – “My life is a tragedy. Now I realize it’s a comedy” (“Joker”) – «Я не знал, что я существую. – Существую!» (х/ф «Джокер») ²⁸; “Your job is to protect it. – Him. Not it” (“Intelligence”) – «Ваша задача защищать это – Не это. Его» (х/ф «Искусственный интеллект») ²⁹. Встречается и рифмовка: “Seeing is believing” (“The tomorrow people”) – «Увидишь – поверишь» (х/ф «Люди будущего») ³⁰.

Наиболее ярким и запоминающимся в трейлерах является стилистический прием – парадокс, например: “The only thing to fear is yourself” (“The Loop”) «Бояться нужно... только себя» (х/ф «Петля времени») ³¹. Здесь он основан на приеме логической несовместимости. В следующем примере парадокс основывается на деперсонализации, представляющей собой прием для представления человека как нечто: “If I am not human who the hell am I? – A new step of evolution” (“The tomorrow people”). – «Если я не человек, то, черт возьми, кто же я такой? – Новая ступень в эволюции» – (х/ф «Люди будущего») ³². Вызывает интерес зрителя и игра слов: например: “Superior chiller propelled by the Marvelous Maika Monroe” (“Watcher”) ³³, где слово Marvelous одновременно обозначает эпитет «чудесный» и принадлежность к компании «Марвелос».

Перестановка членов предложения для эмфазы и употребление эллиптических конструкций также нередко: “Isn’t a machine... It’s a man” (“Intelligence”) – «Это не машина... Это человек» (х/ф «Искусственный интеллект») ³⁴.

Подводя итоги, можно сказать, что в трейлерах для воздействия на зрителя имеет место вариативность структуры, стремление к созданию или использованию тех средств и приемов, которые легко запоминаются. Для этого применяются самые эффективные лингвистические средства воздействия, такие как употребление определенных времен (например, будущего и настоящего), большого количества числительных, эмфатических синтаксических структур (отри-

²⁵ Trailer to film “The Pianist”, 2002. URL: https://www.youtube.com/watch?v=BFwGqLa_oAo (дата обращения: 28.09.2022).

²⁶ Trailer to film “Intelligence”, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hizUznsCRbE> (дата обращения: 11.10.2022).

²⁷ Trailer to film “Tomorrow People”, 2013. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UBnS_QDWF3s&t=11s (дата обращения: 11.10.2022).

²⁸ Trailer to film “Joker”, 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hdA9iqZ3gq8&t=6s> (дата обращения: 11.10.2022).

²⁹ Trailer to film “Intelligence”, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hizUznsCRbE> (дата обращения: 11.10.2022).

³⁰ Trailer to film “Tomorrow People” URL: https://www.youtube.com/watch?v=UBnS_QDWF3s&t=11s (дата обращения: 11.10.2022).

³¹ Trailer to film “Looper”, 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qFbIVBayhcc> (дата обращения: 21.10.2022)

³² Trailer to film “Tomorrow People”? 2013. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UBnS_QDWF3s&t=11s (дата обращения: 11.10.2022).

³³ Trailer to film “Watcher”, 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PJoq995vAFE> (дата обращения: 11.10.2022).

³⁴ Trailer to film “Intelligence”, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hizUznsCRbE> (дата обращения: 11.10.2022).

цательные структуры, эллиптические конструкции, параллельные конструкции и т. п.), эффективных стилистических средств.

Литература / References

Вохрышева Е. В., Поляковская Т. В. Структура англоязычного трейлера // Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений: Материалы Международной научно-практической конференции 23–25 мая 2013 года: в 2 частях. Ч. 2 / под редакцией *С. В. Соловьевой, В. И. Ионесова*. Самара, 2013. С. 229–233.

Vohrysheva E. V., Polyakovskaya T. V. Struktura angloyazychnogo treylera [The Structure of the English-language Trailer] // Modernizatsiya kul'tury: idei i paradigmy kul'turnyh izmeneniy [Modernization of Culture: Ideas and Paradigms of Cultural Change]: Materials of the International Scientific and Practical Conference (May 23–25, 2013): In 2 vols. Vol. 2 / Ed. by *S. V. Solov'eva, V. I. Ionesov*. Samara, 2013. P. 229–233.

Иоакимиди Г. А. Жанры англоязычного дискурса шоу-бизнеса: специфические черты и взаимокорреляция // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Лингвистика и педагогика. 2016. № 3 (20). С. 44–58.

Ioakimidi G. A. Zhanry angloyazychnogo diskursa shou-biznesa: spetsificheskie cherty i vzaimokorrelyatsiya [Genres of English-language Discourse of Show Business: Specific Features and Mutual Correlation] // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Lingvistik i pedagogika [Proceedings of the Southwest State University. Series Linguistics and Pedagogical]. 2016. No. 3 (20). P. 44–58.

Исаева О. Н. Профессионально ориентированный текст малого формата как маркер организации информации в американском правоведческом учебном дискурсе // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова. Серия Общественные науки. 2014. № 1. С. 189–192.

Isaeva O. N. Professional'no orientirovannyu tekst malogo formata kak marker organizatsii informatsii v amerikanskom pravovedcheskom uchebno diskurse [Professionally Oriented Small Format Text as a Marker of Information Organization in the American Legal Educational Discourse] // Vestnik Severo-Osetinskogo gosudarstvennogo universiteta im. K. L. Hetagurova. Seriya Obshchestvennye nauki [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics]. 2014. No. 1. P. 189–192.

Лаврик О. В. Основы журналистики: учебно-методическое пособие для студентов по специальности «Журналистика». М., 2008. 73 с.

Lavrik O. V. Osnovy zhurnalistiki: uchebno-metodicheskoe posobie dlya studentov po spetsial'nosti "Zhurnalistika" [Fundamentals of Journalism: an Educational and Methodological Guide for Students in the Specialty "Journalism"]. Moscow, 2008. 73 p.

Ломоносова Е. С. Жанровые особенности текстов малой формы // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. 2015. № 3-4 (17). С. 254–256.

Lomonosova E. S. Zhanrovye osobennosti tekstov maloy formy [Genre Features of Small-form Texts] // Universum: Filologiya i iskusstvovedenie [Universum: Philology and Art History]. 2015. No. 3-4 (17). P. 254–256.

Панченко К. И. Лінгвістичні особливості малоформатних текстів // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Фшолопчна. 2013. Вип. 38. С. 213–214.

Panchenko K. I. Lingvistichni osoblivosti maloformatnih tekstiv [Linguistic Features of Small-format Texts] // Naukovi zapiski Natsional'nogo universitetu «Ostroz'ka akademiya». Seriya: Fsholopchna [Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series: Philological]. 2013. Iss. 38. P. 213–214.

Плотникова А. А. Объем текста лирической интернет-миниатюры как ключевой признак жанра // Вестник Томского государственного университета. 2012. Вып. 354. С. 23–26.

Plotnikova A. A. Ob'em teksta liricheskoy internet-miniatory kak klyuchevoy priznak zhanra [The Volume of the Text of the Lyrical Internet Miniatures as a Key Feature of the Genre] // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Tomsk State University Journal]. 2012. Iss. 354. P. 23–26.

Руберт И. Б. Коммуникативно-прагматический аспект типологии текстов малых форм на материале текстов кулинарных рецептов // Прагматический аспект предложения и текста. Л., 1990. С. 59–69.

Rubert I. B. Kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt tipologii tekstov malyh form na materiale tekstov kulinaryh retseptov [Communicative-pragmatic Aspect of Typology of Texts of Small Forms on the Material of Texts of Culinary Recipes] // Pragmaticheskiy aspekt predlozheniya i teksta [Pragmatic Aspect of Sentence and Text]. Leningrad, 1990. P. 59–69.

Таюнова О. И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2005. 56 с.

Tayunova O. I. Kommunikativno-pragmaticheskoe var'irovanie v maloformatnyh prozaicheskikh tekstah sovremennogo nemetskogo yazyka [Communicative and Pragmatic Variation in Small-format Prose Texts of the Modern German Language]. PhD Abstract. Moscow, 2005. 56 p.

Толстолуцкая Е. В. Структурно-грамматические особенности текста малого формата (на материале французской прессы) // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. 2008. № 6. С. 66–68.

Tolstolutskaya E. V. Strukturno-grammaticheskie osobennosti teksta malogo formata (na materiale frantsuzskoy pressy) [Structural and grammatical features of a small-format text (based on the material of the French press)] // Zhurnal nauchnyh publikatsiy aspirantov i doktorantov [Journal of Scientific Publications of Postgraduates and Doctoral students]. 2008. No. 6. P. 66–68.

Шестова О. В. Эргономика мобильных приложений для медиа. СПб., 2015. 126 с.

Shestova O. V. Ergonomika mobil'nyh prilozheniy dlya media [Ergonomics of Mobile Media Applications]. Saint Petersburg, 2015. 126 p.

Pratt M. The Short Story: The Long and the Short of It // Poetics. 1981. № 10. P. 175–194.