



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

**Языковая игра в заголовках печатных изданий и использование
приемов на уроках русского языка**

Выпускная квалификационная работа по направлению

44.03.05. Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность программы бакалавриата

«Русский язык. Литература»

Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:

96 % авторского текста

Работа рекоменд к защите
рекомендована/не рекомендована

« 10 » 06 2020 г.

зав. кафедрой РЯ и МОРЯ

Глухих Н. В.

Выполнила:

Студентка группы ОФ 515-075-5-2

Воронкова Валерия Александровна

Научный руководитель:

канд. филол. наук,

доцент кафедры РЯ и МОРЯ

Омельченко Елена Витальевна

Челябинск
2020

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ | 6 |
| 1.1. Понятие «языковой игры»..... | 6 |
| 1.2 История изучения языковой игры как специфики русского языка | 9 |
| 1.3. Классификация приемов языковой игры и ее особенности | 12 |
| 1.4 Роль языковой игры в заголовках СМИ | 17 |
| ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ | 18 |
| ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРИЕМОВ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ | 20 |
| 2.1 Прием стилового контраста | 20 |
| 2.2 Прием рифмовки | 23 |
| 2.3 Фонетические деформации | 25 |
| 2.4 Морфологические деформации | 30 |
| 2.5 Непрямые номинации | 32 |
| 2.6 Нарушение лексической сочетаемости слов | 35 |
| 2.7 Окказионализмы..... | 37 |
| 2.8 Каламбуры | 39 |
| 2.9 Прецедентные тесты | 41 |
| 2.10 Анализ частотности использования приемов языковой игры в заголовках печатных изданий | 45 |
| ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ | 49 |
| ГЛАВА 3. МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЕМОВ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА | 51 |
| 3.1 Обоснование эффективности включения приемов языковой игры на уроках русского языка | 51 |
| 3.2 План-конспект урока, включающего приемы языковой игры | 54 |
| ВЫВОДЫ К ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ | 54 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 54 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 54 |

ВВЕДЕНИЕ

В современной русистике изучение языка СМИ становится все популярнее. Исследователи часто говорят о таких его особенностях, как высокая экспрессивность и образность, а также стремление к сжатости изложения и экономии языковых средств, что объясняется желанием привлечь большее число людей к прочтению вышедшего материала. В условиях поиска необычных способов привлечения внимания, масс-медиа создает новые способы взаимодействия с языком, сознательно видоизменяя его и играясь с его формами.

Именно исследованию такого феномена, как языковая игра и ее приемам, посвящена данная работа.

Актуальность исследования обусловлена, в первую очередь, тем, что языковая игра в заголовках печатных изданий становится повсеместным явлением и существует потребность дополнительного изучения и систематизации способов ее создания.

Всесторонним изучением феномена языковой игры занимались такие ученые, как: Амири Л. П., Земская Е. А., Ильясова С. В., Павлов А. П., Рыжков М. С., Сапожникова Л. М., Санников В. З. и другие.

В данном исследовании мы будем анализировать приемы создания языковой игры в заголовках печатных изданий. Заголовок представляет собой краткий и целостный знак, который призван привлечь внимание адресата, для чего СМИ реализует разные способы видоизменения языковых единиц.

Гипотезой исследования является то, что языковая игра, с ее многообразием вариантов исполнения, эффективно воздействует на внимание, способна мотивировать к познавательной деятельности и использование приемов на уроках русского языка повышает интерес школьников к образовательному процессу.

Новизна работы заключается в систематизации приемов языковой игры, рассмотренной на конкретных примерах и пример создания интересных и развивающих уроков, включающих приемы языковой игры.

Цель исследования: исследовать приемы и способы создания языковой игры в заголовках печатных изданий.

Объект исследования: языковая игра.

Предмет исследования: языковая игра в заголовках печатных изданий и использование приемов языковой игры для создания уроков русского языка

Из цели, объекта и предмета вытекают следующие задачи исследования:

1. Раскрыть понятие “языковая игра” и проанализировать теоретические аспекты изучения языковой игры в отечественном языкознании

2. Изучить классификации приемов языковой игры

3. Найти и рассмотреть примеры заголовков, включающих в себя приемы языковой игры

4. Разработать урок русского языка, включающий приемы языковой игры.

Методологическую основу исследования составляют труды таких исследователей, как: М.М. Бахтина, Л. Витгенштейна, Е.М. Земской, В.З. Санникова, Й. Хейзинги и других ученых.

Материалом исследования послужили еженедельные газеты на русском языке за 2008-2020 годы.

Иллюстративным материалом послужили заголовки в печатных изданиях.

Научные методы исследования: метод наблюдения, описательный метод, статистический метод, метод лингвистического комментирования, методы семантического, морфологического, словообразовательного,

синтаксического, лингвостилистического анализа, метод компонентного анализа.

Теоретическая значимость исследования заключается в подробном рассмотрении приемов и способов создания языковой игры

Практическая значимость заключается в использовании полученных знаний и примеров на уроках русского языка в средней школе и в работе журналиста.

Структура работы: Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

Во введении актуальность темы, степень ее разработанности, сформулирована проблема, цель, объект, предмет и задачи исследования, выдвинута гипотеза, охарактеризованы методы и этапы исследования, определена практическая значимость.;

В первой главе представлена сущность языковой игры и история изучения этого феномена как специфики русского языка, проанализированы разнообразные классификации языковой игры, разработанные исследователями по этой теме;

Во второй главе собран иллюстративный материал, на котором была продемонстрирована классификация языковой игры и обобщены полученные данные;

В третьей главе выявлены лингводидактические особенности языковой игры и разработан урок, включающий приемы языковой игры.

В заключении представлены выводы по изучаемому явлению; список литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ЯЗЫКОЗНАНИИ

1.1. Понятие «языковой игры»

На сегодняшний день наиболее четкого и полного определения термина «языковая игра» не существует. Разные исследователи этого явления по-разному определяют для себя его значение.

Сам термин «языковая игра» впервые был введен исследователем Л. Витгенштейном. Причиной, по которой он выбрал именно это наименование, служило то, что, по мнению исследователя, определенные социальные взаимодействия несут в себе правила коммуникации, что также влияет на речевую деятельность носителя языка. Это наблюдение позволило Витгенштейну сравнить речевую деятельность человека с игрой и именно поэтому он использовал такой термин, чтобы привлечь внимание не только к особенностям языка, но и к той деятельности, которой он вызывает. [10]

«Языковая игра», по мнению Л. Витгенштейна, это совокупность всех видов коммуникаций, включающих в себя язык и действия, с которыми он тесно взаимосвязан. [11]

Наиболее конкретным, но все еще достаточно широким, является определение языковой игры, высказанной Гридиной Т. А. [12] В формулировке автора данный феномен тесно связан с креативной речевой деятельностью конкретной языковой личности. Когда носитель языка в ходе коммуникации осознанно нарушает его правила и нормы, он таким образом выражает стремление показать собеседнику собственную компетенцию в реализации языковых возможностей, в то же время рассчитывая на понимание адресатом негласных «правил» общения. По мнению Гридиной Т. А., языковая игра представляет собой продукт лингвокреативного мышления, выражающегося в использовании ассоциативных систем (систем, знаний, умений, навыков) и создание на их основе новых систем, наиболее адекватно отвечающих новым условиям.

Другое определение языковой игры, которое также является достаточно широким и рассматривается только в контексте целого текста, было дано исследовательницей Э.М. Береговской. [5] Она отталкивается от мнения Л. Витгентштейна (языковая игра как "целое, состоящее из языка и тех видов деятельности, с которыми он сплетен") и замечает, что даже в узколингвистическом смысле языковая игра вездесуща и многолика. Она затрагивает все языковые уровни - фонетику, словообразование, лексику, синтаксис. Другими словами, языковая игра - это особое лингвистическое явление, затронувшее всю структуру языка и проникнувшее во все сферы человеческой деятельности.

В узком смысле языковая игра понимается рядом исследователей, как осознанная «игра» говорящего с формой речи, несущая в себе какую-либо эстетическую задачу. Это может быть проявлением шутки или каламбура, а также сюда включается использование различных тропов (сравнения, метафоры, перефразы). Так, Земская Е. А., говоря о тонкостях языковой игры в речи, говорит о ней, как о «реализации поэтической функции языка» чаще всего «в виде установки на комический эффект» [16]. Но следует заметить, что языковая игра используется в речи не только для достижения юмористического настроения, но и также способна обладать эмотивной функцией и может служить для наиболее точной передачи мыслей, а также для создания более выразительного речевого высказывания.

Согласно Н. А. Николиной [24], языковая игра в современном художественном тексте не отличается от современной русской разговорной речи. Авторами подмечено, что частыми способами реализации языковой игры служит звуковая организация контекста и высокая степень интертекстуальности произведения.

Некоторые исследователи, как Т. В. Булыгина [6], подмечают, что языковая игра проявляется не только на всех уровнях языковой системы, но

и в аспекте логических категорий. Вот пример обыгрывания построения логически связного текста: « Я рассказывал то, что видел своими глазами. Или слышал своими ушами. Или мне рассказывал кто-то, кому я очень доверяю. Или доверяю не очень. Или очень не доверяю. Во всяком случае, то, что я пишу, всегда на чем-то основано. Иногда даже основано совсем ни на чем. Но каждый, кто хотя бы поверхностно знаком с теорией относительности, знает, что ничто есть разновидность нечто, а нечто - это тоже что-то, из чего можно извлечь кое-что (Войнович)". В данном примере видно, что языковая игра строится на отклонении от логической нормы (закон противоречия), к чему также присоединяется и собственно стилистический прием паронимии (повтор в узком контексте родственных и созвучных слов)

Для верного истолкования термина также следует отметить разницу между понятиями языковая игра и стилистический прием. Последний функционально не ограничен выражением категории комического, в отличие от языковой игры, направленной именно на эту установку. В этом контексте стоит объяснить природу такого смеха, рассмотренного в работе исследователя М. М. Бахтина. [3] Основная идея юмора языковой игры - не противостояние всякой серьезности, а очищение от догматизма, односторонности, фанатизма и категоричности, от элементов страха и устрашения. Зачастую шутка, выраженная в форме языковой игры, может проявляться в виде остроты, балагурства, насмешки или иронии.

Рассмотрев все вышеперечисленные представления о языковой игре, можно вывести следующее определение языковой игре, как о лингвистическом феномене: языковая игра - креативное и нестандартное использование любых языковых единиц, используемых говорящим с целью достижения комического эффекта путем нарушения языковой/речевой и, в том числе, стилистической, речеповеденческой и логической нормы.

1.2 История изучения языковой игры как специфики русского языка

Изучение феномена языковой игры имеет давнюю тенденцию и восходит к античности. Первые упоминания о языковой игре, «забавных словесных оборотах» как средстве шутки или «обмана» слушателей содержится еще в «Риторике» Аристотеля [10,16].

Впервые данный термин впервые был зафиксирован в работе Л. Витгенштейном "Философские исследования" в 1953 году. Данный ученый дал довольно широкую трактовку языковой игры как "одной из тех игр, посредством которой дети овладевают родным языком" [11,16].

По мнению Витгенштейна, в образовании ЯИ участвуют несколько людей, которые в процессе взаимодействия между друг другом находятся в поиске истины [11].

Языковую игру с точки зрения философии, вслед за ученым, начинает изучать и Я. Хинтика. Ученый рассматривает феномен языковой игры как попытку взаимодействия субъекта познания и природы [13,22].

Он разграничивает языковую игру на два подвида: ЯИ поиска и обнаружения, ЯИ формальной логики.

Лингвистические особенности языковой игры были изучены в ряде трудов под общим названием «Русская разговорная речь», 1980-1990-х годах. [17]

В разделе «Производные, создаваемые с установкой на языковую игру» авторы рассматривают ЯИ как словотворчество, которое ставит своей целью создание шутки, которая терминологически не определена. В данном контексте типичным проявлением ЯИ являются окказиональные слова. В работе четко зафиксирована разница между «типичными» словами и окказионализмами.

В работе 1983 года «Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест» представлены приёмы ЯИ. [17] В работе расширен диапазон ЯИ – от шутки до яркого выразительного или

изобразительного средства. У авторов прослеживается мысль о том, что границы ЯИ описать не представляется возможным.

Отметим, что в настоящее время исследователи занимаются изучением, выделением и классификацией наиболее типичных форм проявления ЯИ. [12, 17, 20]

В начале 21 века была высказана мысль о том, что языковая игра – отклонение от семантического строя языка, которая привлекает к себе внимание с помощью различий от языкового строя русского языка.

В исследованиях можно встретить различные синонимы Языковой игры: ее смешивают с каламбуром [1], с языковой игрой слов [15].

В лингвистике большое количество учёных, таких как: И. В. Арнольд, И. Р. Гальперин, Ю. М. Скребнев, Н. Ф. Пелевина и многие другие отождествляют все три понятия: ЯИ с каламбуром и игрой слов. Таким образом, ЯИ выступает как смыслообразующее средство, состоящее в основном в комическом использовании слов, одинаково звучащих, но различных по значению (омофонов), паронимов или использовании разных значений одного и того же слова (полисемии или игре на синонимах) [9].

Некоторые лингвисты, Санников В. З. рассматривает ЯИ более широко, чем описанные ранее ученые. [25]

Отметим, что ЯИ занимается и психолингвистика. ЯИ чрезвычайно активна в текстах СМИ и рекламы, необычайной популярностью ЯИ пользуется среди пользователей сети Интернет; ее можно встретить в политическом дискурсе.

Так, Лисина рассматривает ЯИ как средство воздействия на адресата в прагматических целях в текстах газетных публикаций, для привлечения внимания и эффекта воздействия. [22]

Отметим, что языковую игру изучают как в текстах русских, так и в текстах англоязычных авторов, сравнивая и находя отличия в группе родственных языков.

Таким образом, к ЯИ в последнее время обращено немало внимания со стороны исследователей различных областей: от лингвистики философии до киноискусства.

1.3. Классификация приемов языковой игры и ее особенности

В отечественной литературе существует большое количество монографий, диссертаций и научных статей, исследующих способы создания языковой игры. В большинстве случаев они касаются рассмотрения отдельных проявлений этого лингвистического явления, таких как создание каламбуров, окказиональных изменений фразеологизмов, прецедентных текстов.

Основной вклад в исследование и структуризацию языковой игры привнесли исследователи Е. А. Земская (совместно с М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой), Т. А. Гридина и В. З. Санников. [12, 17, 25]

В основе классификации приемов В.З. Санникова [25] лежит рассмотрение языковой игры на всех языковых уровнях. Анализируя каламбуры литературного или фольклорного происхождения, автор приводит следующую классификацию способов создания языковой игры:

- Обыгрывание морфологических значений;
- Обыгрывание синтаксических явлений;
- Сравнительные конструкции;
- Сочинительные конструкции;
- Переосмысление словообразовательной структуры существующих слов;
- Контаминация .

К сожалению, данная классификация затрагивает проявления языковой игры только в художественной литературе, что не совсем подходит для нашего исследования, ведь язык СМИ зачастую включает в себя элементы разговорной речи. Также данная классификация не включает в себя причины, по которым говорящий выбирает тот или иной способ создания языковой игры.

Гридина Т. А. [12] в своей докторской диссертации описывает механизмы создания языковой игры. Автор выделяет 3 группы:

- a) лингвистические приемы создания игрового парадокса (сюда входит отступление от орфоэпических, акцентологических и других норм русского языка)
- b) механизмы языковой игры, связанные с использованием смысло-различительного потенциала звуковой формы слова
- c) морфодеривационные и семантические модели (создание окказионализмов, преобразование и изменение содержательной структуры слов)

Данная классификация уже более конкретно рассматривает типы языковой игры, чем представленная выше. Но для данного исследования она также не подходит, ведь не включает в себя разъяснение способов, с помощью которых реализуются данные механизмы.

В нашем исследовании мы будем использовать классификацию Ю. О. Коноваловой [17] (основанной на работах Земской Е. А.). В ее монографии наиболее полно рассмотрены приемы и способы создания языковой игры.

Для дальнейшего исследования необходимо различение понятий “прием” и “способ”

Прием - общий способ преобразования формы или значения слова.

Способ - частный случай, разновидность приема. Это конкретный способ преобразования или изменения значения определенной языковой единицы. Совокупность способов составляет прием.

Классификацию приемов языковой игры по Коноваловой Ю. О. [20] можно представить в следующей схеме:

| Языковая игра | |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Производство игрового языкового элемента | Придание игрового статуса существующему языковому элементу |

| Приемы | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <p><i>Необычность формы:</i></p> <p>Рифмовка</p> <p>Фонетические деформации</p> <p>Морфологические деформации</p> <p><i>Необычность формы и значения:</i></p> <p>Непрямые номинации</p> <p>Нарушение лексической сочетаемости</p> <p>Окказионализмы</p> <p>Каламбуры</p> <p>Прецедентные высказывания</p> | <p>Контраст</p> |

Данная классификация является наиболее практичной для нашего исследования, так как разделяет приемы и способы создания языковой игры, основываясь на выборе говорящего - использовать уже готовую языковую единицу или создать новую на основе уже существующих. В первом случае нам следует говорить о добавлении игрового статуса готовым языковым элементам, а во втором о “нарушении” их использования.

Таким образом, у нас выделяются следующие приемы:

1. Прием контраста

В этом случае можно говорить о сочетании в высказывании разных стилей, а также слов, имеющих определенную стилистическую окраску. К примеру, это может быть использование просторечной, книжной или высокой лексики в современной русской разговорной речи. Шутка в таком контексте основана на том, что попадая не в “узуальную” для своего употребления сферу, слово создает определенный диссонанс, ведь контрастирует со своим окружением: (“Генерал всея Руси” Версия (07.02.2006)) (“Красивые бородатые мужики с книжкой” Lenta 13.08.2013)

2. Прием рифмовки

Данный прием предполагает построение речи говорящего таким образом, чтобы они частично или полностью повторяли созвучность отдельных языковых элементов: (“К Бушу в душу” Коммерсантъ 13.07.2007), “Дело без тела” Lenta 21.08.2018)

3. *Фонетические деформации*

Такая деформация слов предполагает видоизменение звукового облика слова, привычного для носителей языка. Слова изменяются таким образом, чтобы все равно оставаться узнаваемыми. (“Местный наркоз Комсомольская правда 22.12.08)

4. *Морфологические деформации*

Изменению в данном случае подвергаются грамматические признаки слов и образование ненормативных(окказиональных, просторечных словоформ): (“Как я встретил вашу дядю” Профиль 26.10.17), (“Выше школы не бывает” Коммерсантъ 22.06.2018)

5. *Непрямые номинации.*

Носители языка для создания языковой изры могут использовать различные слова и выражения, имеющие не прямое значение - тропы(метафоры, метонимии, сравнения, перифразы) : (“Как прораб на галерах” Коммерсантъ 18.05.2016, “Египет в минусе, Сочи в плюсе” Коммерсантъ 20.09.2017)

6. *Нарушение лексической сочетаемости*

Наиболее используемый способ создания языковой игры.(“Долгая, многосерийная жизнь” Газета. Ру 23.10.2019, “Закадычный враг. Зачем Земле нужны вирусы и причем тут SARS-Cov-2” Фокус 21.04.2020)

7. *Окказионализмы*

В данном исследовании под окказионализмами подразумевается любые возможные языковые единицы, воссозданные говорящими в

речи. (“Ошнуреть можно” Газета Труд 15.12.2017), (“Какая-то фармакология в этом есть” Коммерсантъ 25.04.2018)

8. *Каламбуры*

Каламбур - фигура речи, заключающаяся в юмористическом обыгрывании значения одного и того же слова или двух сходно звучащих слов. (“На зарядку становись!” Коммерсантъ 20.03.2020 (обыгрывается значение слова “зарядка” - 1. зарядное устройство для поддержания работы аппарата, 2. комплекс упражнений для поддержания здоровья человека.)

9. *Прецедентные высказывания.*

Так же наиболее продуктивный способ создания языковой игры в СМИ: (“Тесты есть, коты - держитесь! Коммерсантъ 05.04.2020)

1.4 Роль языковой игры в заголовках СМИ

С появлением огромного количества средств массовой информации и послаблением их цензурирования, перед многими медиа появилась проблема поиска путей увеличения числа аудитории и создания возможностей для эффективного речевого воздействия. Привлечение внимания, а, что самое главное, его удержание является наиболее важным аспектом, который побуждает журналистов создавать новые способы воздействия на читателей.

Наибольшей силой влияния обладает заголовок статьи, потому что именно он мотивирует человека к прочтению написанного материала. Повторяемые, скучные и безликие заголовки не цепляют массового читателя, поэтому СМИ старается написать свой текст максимально ярко и экспрессивно. Так, исследователи С. К. Кубашичева и Л. Р. Читао [21], рассматривая роль заголовка в прессе, говорят о основной цели хорошего заголовка: «привлечь внимание читателя к заметке немногословностью и графической оригинальностью».

Исследователь А. Амзин [2] выделяет следующие функции заголовка, как текстообразующего средства:

1. Привлечение внимания адресата и ориентация по структуре текста
2. Представление основной информации о содержании материала
3. Подключение фоновых знаний читателя
4. Обеспечение антиципации (от лат. *Anticipatio* - предвосхищаю, предвосхищение, заранее составленное представление о чем-либо)
5. Формирование и пропагандирование положительного отношения аудитории к предлагаемому тексту
6. Создание интриги, вовлекающей в языковую игру

7. Включение участников общения в диалог, включающий в себя языковые особенности личности автора и его потенциального читателя.

В этом как раз таки и кроется большая любовь языка СМИ к языковой игре, ведь именно она позволяет повысить выразительность и потенциал речевого воздействия заголовков. Языковая игра способна быть важным элементом при создании звучащего заголовка именно потому, что позволяет совмещать в себе две важные функции публицистического текста - информативность и экспрессивность. Благодаря данному лингвистическому приему можно творчески продемонстрировать свое личное отношение к описываемому, а также обходить какие-либо запреты, накладываемые на прессу цензурой, культурой, менталитетом или политикой. Языковая игра способствует коммуникации между читателем и автором публицистического текста. При этом, созданные в ходе такого творческого «мозгового штурма», новые словообразования способны уходить в народ и использоваться в последствии и в обыденной речи.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Изучив теоретический материал по теме исследовательской работы можно сделать следующие выводы:

1. Языковая игра имеет богатую историю изучения и применения, начинающуюся с работ Аристотеля по настоящее время.
2. Языковой игрой интересуются исследователи из различных смежных областей знаний: философия, политология, лингвистика, журналистика и так далее;
3. Исследователями собран довольно богатый материал по функциям, разновидностям, этимологии языковой игры как феномена русского языка;

4. В силу современных тенденций развития СМИ языковая игра получила новый виток развития, поскольку язык СМИ очень яркий, пластичный, изменчивый. Его практически невозможно зафиксировать в статичном состоянии. Кроме того, роль СМИ в нашей жизни трудно переоценить. Ни одно образование, никакие другие роды и виды словесности не оказывают на общество такое сильное влияние, как СМИ.

5. Несмотря более чем богатый теоретический материал, языковая игра требует все же уточнения и систематизации.

6. Языковая игра имеет высокий потенциал для создания оригинальных и запоминающихся заголовков и обладает высоким потенциалом воздействия на читателя.

ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРИЕМОВ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

2.1 Прием стилевого контраста

Чаще всего данный прием распространен в языке СМИ непосредственно в текстах печатных изданий, но в ряде заголовков он также встречается. Как уже было сказано выше, контраст создается при помощи уже готовых языковых компонентов при помощи способа сочетания в одном высказывании разных стилей речи языка. Юмористическая функция такого смешения достигается лишь в случае опознавания адресатом стилевого диссонанса.

Своего максимума в плане достижения юмористического эффекта достигает столкновение высокопарных и/или сугубо научных выражений с просторечными высказываниями (зачастую даже грубыми). Приведем примеры:

1. “Без амбиций ты придурок!” 10 слов, которые все используют неправильно” (aNews 19.04.2020)

В данном заголовке обыгрывается неправильное использование книжного выражения “амбиция”.

В толковом словаре Даля это слово означает “честолюбие, тщеславие, спесь, чванство; повышенная обидчивость”. В контексте этой фразы (использованный с замыслом “амбиция” - стремление, желание) вместе с уничижительным выражением “придурок”, заголовок приобретает комическую нотку, ведь ставит выражающего подобную фразу в глупое положение.

2. “Бухал и нам завещал” (Lenta 28.09.2018)

Глагол книжной лексики “завещать” (согласно словарю Ушакова) означает “выражение последней воли умирающего”. Употребляя его совместно с экспрессивным жаргонно-просторечным глаголом “бухать”, автор заголовка вносит сатиристическую окраску, желая указать, чем же

запомнился первый президент РФ Ельцин и что он “завещал” своим гражданам. Настраивает читателя на определенную волну, что порождает негативное отношение к описываемому человеку.

3. “Плоды знаменитых героев Сергея Селина сумели вкусить и зрители знаменитого театра на Таганке” (Ведомости 20.05.2008)

Сочетание общеупотребительной лексики с высокой книжной лексикой придает некоторую пикантность заголовку, что привлекает внимание читателя. В отличие от предыдущих примеров, в этом не наблюдается иронии или снижения предмета разговора.

Также популярен способ смешения устаревшей лексики и современной, а также использование книжных слов, выражений или словосочетаний на фоне разговорной речи:

1. “Лепота!”: Петербуржцы показали фото завораживающего заката и радуги” Metronews 14.05.20)

В толковом словаре Ефремовой лепота означает “красота, великолепии” и является устаревшим. Употребление его в заголовке именно жителями Петербурга несет в себе юмористический эффект - стремление петербуржцев говорить культурно и необычно.

2. “Болотный генерал всея Руси” (Газета.ру 08.12.2012)

Устойчивое выражение “всея Руси” является старославянской приставкой к титулу русских великих князей и царей и в наши дни используется только при упоминании настоятелей церкви.

Использование приставки совместно с наименованием должности “генерал” дает комический эффект и указывает на несерьезность и некомпетентность человека, занимающего такой пост.

Использование иноязычной и заимствованной профессиональной лексики в русском словесном окружении также является продуктивным способом создания стилового контраста.

1. «Эйджизм не пройдет» (Коммерсантъ 12.10.2017)

Новые заимствования в заголовках часто используются, так как позволяет усилить стилистический эффект от публикации. Но, стоит заметить, что СМИ чаще всего не становятся на передовую, внедряя иноязычные слова в свои заголовки. До этого слова первично закрепляются в речи современного человека, становятся понятны большинству читателей. В данном заголовке употребляется новомодное (на тот момент) слово эйджизм - с англ. дискриминация по возрасту. Употребление его в русском словесном окружении порождает диссонанс.

На этих примерах видно, что данный прием стилового контраста используется для придания экспрессивности заголовку и чаще всего используется для выражения отрицательной оценки по отношению к описываемым лицам. Комический эффект от такого смешения стилей может быть совершенно разным - от добродушного смеха до злобно-насмешливого и уничижительного. Это может повлиять на установку читателя, что может сказаться на последующем чтении текста.

2.2 Прием рифмовки

В данном разделе мы наиболее подробно рассмотрим прием языковой игры, основанный на построении речи таким образом, чтобы они частично или полностью повторяли созвучность отдельных языковых элементов.

Обычно рифмованная строка наиболее употребительна в стихотворной речи, так что использование такого приема в целях создания языковой игры выполняет поэтическую и изобразительную функцию. Такой заголовок бросается в глаза и обращает внимание читателя к оригинальной форме речи. Существует несколько способов создания рифмованного заголовка:

а) Созвучие в окончании двух или нескольких слов (мужская рифма).

“Глядим в ФИФА - в глазах фи́га” (Московский Комсомолец 11.03.2011)

Юмористический эффект в данном заголовке обыгрывается за счет звукового сходства между словами “ФИФА” и “фи́га”. Ударное окончание на последний слог в этих словах порождает рифму и легче запоминается читателю.

б) Созвучие в предпоследнем слоге двух или нескольких слогов (женская рифма)

“А вы, друзья, как ни садитесь, в КПСС все ж не годитесь!” (Московский Комсомолец 01.12.12)

В данном случае наблюдается схожее ударение слов “садитесь - годитесь”, на обыгрывание чего и строится этот заголовок.

с) Созвучие в третьем слоге от конца двух или нескольких слогов (трехсложная рифма)

“На Европу косится да в в НАТО просится” (Ведомости 07.05.2020)

d) Использование способа “рифмованного эхо” (термин Земской Е. А.)

Данный способ заключается в построении какого-либо слова с изменением начального звука или группы звуков. Зачастую подобное конструирование выражений несет в себе дискредитирование понятия, представленного первым:

“Мастер слова. Дональд Трамп: от супер-пупер к гипер-пипер” (Радио Спутник 18.05.2020)

Здесь мы видим, что в данном заголовке способ “рифмованного эхо” проявляет себя дважды. Совмещаясь с предыдущим предложением, в котором присутствует непрягая номинация (метафора - “мастер слова”, она поясняет ее, придавая саркастическую окраску данному выражению.

Как мы видим, существует большое количество способов формирования языковой игры при помощи рифмования отдельных языковых элементов. Такой прием позволяет журналистам необычно привлечь внимание читателей, развлечь его или раскрыть смысл отдельных высказываний.

2.3 Фонетические деформации

Фонетические преобразования часто встречаются в заголовках печатных изданий. Создаются они совершенно различными способами:

1. Добавление одного или нескольких звуков в состав слова (эпентеза).

Эпентеза переводится с греческого как вставка.

- а) “Ротовая подлость” (Комсомолец 20.09.2017)

Конструирование данного заголовка строится на добавлении неэтимологического согласного “д”, что изменяет смысл устойчивого сочетания, измененного под влиянием смысла статьи: халатность стоматологов на работе.

- б) “Кто тут украиний?” (Российская газета 21.03.2017)

Данный заголовок строится при помощи частного проявления эпентезы - протеза. Такая надставка гласного “у” перед прилагательным крайний также приводит к изменению смысла заголовка (статья о слушаниях по иску, который инициировала Украина). Такой заголовок заведомо указывает на нелепость предъявляемых претензий РФ.

2. Перестановка отдельных звуков или целых слогов внутри слова (метатеза). Любую перестановку внутри слова можно считать метатезой. Используется данный способ в СМИ для придания новых смыслов заголовку.

“Дело рвачей” (АиФ 07.10.2019). Это проявление мы видим в данном заголовке - перестановка “в” и “р” между собой меняет смысл высказывания, и читатель даже не просматривая статью дальше, понимает, о чем она - о чудовищных деяниях врачей-убийц.

3. Перестановка отдельных звуков или целых слогов в состав смежного слова (Анаграмма). Для данного способа необходимо наличие двух или более слов. Главным условием является лишь то, что первоначальные слова должны быть узнаваемыми.

“Петушка и кукух” (Известия 12.02.2009) Обыгрывание знаменитой басни Крылова Кукушка и петух при помощи анаграммы несет развлекательную функцию для читателя.

4. Раздвоение одного слова на несколько составляющих (гендиадис). Особенно хорошо данный способ показывается на сложных словах, где есть два корня, но это необязательно. Стал чаще использоваться в последние годы, объясняется это обильным появлением иностранных слов в русском языке.

“Про рок в отечестве” (Ъ - Weekend 14.05.2017) Здесь обыгрывается цельное значение слова “пророк”. В статье интересно описываются истории о рок-героях конца 80-х, ставших кумирами для целого поколения.

5. Усечение слова с начала (Аферезис). С греческого это переводится как удаление. Этот способ языковой игры предполагает не преобразование слова, а его частичное разрушение. Автор убирает первую букву или первый слог, при этом оставшейся части должно хватить, чтобы получилось новое слово. Данная фигура считается одной из самых сложных, поэтому реже встречается в заголовках СМИ.

“Формула любви: увлечение, влечение, лечение” (Psychologied Россия Февраль 2011) Здесь аферезис создает удивительную цепь слов, соединенных единым смыслом, поэтому сразу понимается суть статьи - исследование безысходности отношений.

6. Усечение слова с конца (апокопа) Эта фигура похожа на аферезис, только в этом случае убирают не начальные буквы или слоги, а последние:

“Белые птицы за черный нал” (Новая газета 24.12.2019) В этом заголовке используется частопотребимый апокоп (Нали - наличные). Использование его оправдано, потому что:

а) апокоп составляет часть термина из сферы бизнес-практики постсоветского предпринимательства и означает не учтенные в бухгалтерской отчетности предприятия наличные деньги

б) соотносится с тематикой статьи, рассказывающей о незаконной добыче редких птиц, оценивающейся в многомиллиардные суммы.

7. Усечение в середине слова (синкопа)

С греческого синкопа переводится как отрубленный. Для его создания от автра требуется убирать звуки в середине слова. Считается одним из наиболее сложных способов фонетического преобразования слова, потому что в таком случае слово практически всегда теряет свой первоначальный смысл.

“Виртуальность обедняет” (Коммерсантъ - 07.09.2017) Данный заголовок примечателен тем, как видоизменилось первоначальное слово “объединяет”, отчего появилось переименование первоначального смысла выражения.

8. Создание нового слова из двух предыдущих, близких по звучанию. (анноминация) . С греческого этот способ означает - инаименование.

Чтобы использовать его, потребуется взять два слова и соединить их в одно, при этом сохраняя частичный смысл “слов-родителей”.

“Мемуаразм крепчал” (Российская газета 23.12.2009) В данном заголовке “мемуаразм” является производным от двух схожих по звучанию слов “мемуары” и “маразм”. Этот заголовок также можно отнести к устойчивым словосочетаниям, измененным под влиянием смысла статьи: бум на написание большого количества бессмысленных мемуаров.

9. Комическое или образное сближение в заголовке двух или более слов, обладающих звуковым сходством и морфемным составом. (парономазия)

“Йети глаза напротив” (Комсомольская правда 30.12.08), “Ад и Райх Сергея Есенина (Комсомольская правда 24.11.2008). Созвучные слова в этих заголовках: йэти-эти, рай-райх служат формой выражения личной манеры письма журналиста и выражением его позиции.

10. Комическое или образное сближение в заголовке двух или более слов, имеющим одинаковое звучание, но записывающихся по разному (омофония)

Явление омофонии можно проследить в январском номере журнала: Капитан Флирт (COSMOPOLITAN, 20.09.2009), где под именем собственным подразумевается умение заинтересовать и привлечь девушку (Капитан Флинт - Капитан Флирт). Статья же посвящена основным приемам “флирта” со слабым полом.

11. Комическое или образное сближение в заголовке двух или более слов, имеющим одинаковое звучание и записывающихся одинаково, но имеющих разное значение (омонимия)

В статье Полдела (COSMOPOLITAN, 20.09.2008), при помощи омонимии выделили полслова, указав на половую принадлежность и разницу полов при приеме на работу и наличие профессиональных навыков

Омонимия легла в основу и следующих заголовков: Нас не переКОСИшь! “Посреди Керченского пролива раскинулась песчаная коса Гузла. Собственно, она и является камнем преткновения в пограничных спорах” (Комсомольская правда 17.10.2005); МИРовой парень “16 лет отчисляет свою зарплату в фонд мира водитель автобуса Виталий Травин” (Известия 15.04.2008)

12. Обыгрывание фонетической формы имени нарицательного :

Борис Федоров больше не борец (Ведомости 20.08.2007)
“Забей, Болт!” (Lenta 10.05.2019)

“Я хочу от тебя Ына! (Коммерсантъ 12.05.2020)

13. Уподобление звуков (ассимиляция) и их расподобление (диссимиляция)

Можно обнаружить данный способ в заголовке “Мойдодур”(С-И 26.05.10)

14. Преобразование иноязычных слов на основе звукового сходства:

“Тоо мяч” (Российская газета 19.04.2017) Обыгрывание иноязычной фразы too much (означает слишком много, переизбыток). Статья о усилении наказания за буйства фанатов во время матчей.

Все эти способы фонетической деформации слова для создания языковой игры делают СМИ более яркими и вносят российский колорит в печатные издания.

2.4 Морфологические деформации

В основе морфологической деформации лежит изменение грамматических признаков слов и образование ненормативных (окказиональных, просторечных и диалектных форм). В языке СМИ этот прием также часто используется для создания языковой игры:

1. Изменение родовой принадлежности слов (грамматическая подмена).

“Как я встретил вашу дядю” (Профиль 26.10.2017)

“Дайте один кофе и один булочка” (N+1 07.05.2020)

Изменение рода, приведенное в этих примерах, несет развлекательный характер. В первом случае мы наблюдаем обыгрывание устойчивого выражения “Как я встретил вашу маму”, являющейся отсылкой к названию сериала. Во втором случае, перед нами появляется характерный парадокс, ведь наряду с верным употреблением словосочетания “один кофе” (не популярным и кажущимся неверным) стоит заведомо неправильное сочетание слов “один булочка”, что может поставить в тупик читателя.

2. Окказиональное образование падежных и числовых форм существительных, личных форм глаголов, превосходной и сравнительной степени прилагательных и наречий; форм причастий и деепричастий, притяжательных местоимений.

а) “А где этих перчатков и масок взять?” Свидетель 15.05.20 (окказиональное образование родительного падежа от существительных множественного числа “перчатки” и “маски”)

б) “Выше школы не бывает” Коммерсантъ 22.06.2018 (окказиональное образование простой сравнительной степени прилагательных)

в) “Не хамите, да не хамимы будете” Коммерсантъ 28.07.2018 (окказиональное образование причастия, образованного от глагола “хамить”, обыгрывание устойчивого библейского выражения “не судите, да не судимы будете”)

г) “Ищю мужа! Тамбовчане ищут ошибки в местных печатных объявлениях и рекламе” (окказиональное образование личного окончания глагола в 1 лице единственного числа “искать”). (Новая газета 23.08.2018)

д) “Волгоград “ихний” или все-таки наш?” (Царь Град 09.10.2019)
(окказинальное образование притяжательного местоимения их)

3. Склонение несклоняемых слов.

“Пускай запомнят неучи отныне, что правильно играть на пианине!”
aNews 25.05.06

Неверное употребление несклоняемого слова “пианино”. Также используется прием рифмовки

4. Преобразование иноязычных слов.

“Будешь ливать - оффни свет : разбираем сленг современных подростков” (Волжская газета 13.05.2020) Окказиональное преобразование английского прилагательного off (означает выключенный) в глагол в повелительном наклонении.

Такой прием морфологической деформации часто используется СМИ и может выполнять юмористическую функцию, но и показывать, какие изменения в морфологическом строения слова происходят на сегодняшний день.

2.5 Непрямые номинации

В распоряжении носителя языка существует большое количество способов, позволяющих интересно обозначить описываемый им объект. Чаще всего для этого используют особые стилистические фигуры речи - тропы. Употребление тропов в разговорной речи создает контраст между означающим и означаемым.

1. **Метафора.** Метафора как скрытое сравнение (перенос значения на основании сходства предметов) наиболее полно представлена в русском языке и СМИ заголовках печатных изданий также его используют. Чаще в заголовках используются субстантивные метафоры. Примеры:

“Охотница за головами” (Независимое военное обозрение 17.01.2017) (статья о работнице медиасферы, подыскивающей будущих звезд всевозможных шоу)

“Хроника инквизиции” (Московский комсомолец 26.12.2016) (статья о произволе полицейских, надругавшихся над девушкой в тюрьме)

Здесь непрямая номинация играет на руку журналистам, потому что используется как прием речевого воздействия. Обе метафоры являются цельным устойчивым словосочетанием и иносказательно описывают то, чему будет посвящен текст статьи.

“Учиться демократии с детского горшка” (Российская газета №199, 2012) Метафорическая конструкция в этом заголовке “с детского горшка” означает “учиться с момента рождения” демократии в данном контексте.

2. **Сравнения** как троп реже используются в заголовках СМИ, но все также обладают большим потенциалом для создания шутки:

“Как прораб на галерах” (Коммерсантъ 18.05.2016)

В данном заголовке используется сравнительный оборот, основанный на идиоматическом выражении “как раб на галерах”, означающий тяжелый изнурительный труд. В контексте этой статьи такой работу на стройке сравнивают с рабским трудом.

3. Олицетворения - Воплощение чего-нибудь в образе живого существа. Частый способ создания языковой игры в заголовках СМИ.

“Что грипп грядущий нам говорит” (Известия, №183, 2011) В данном контексте в образе живого существа предстает вирус гриппа, а также обыгрывается устойчивое выражение “Что день грядущий нам готовит?”

“Виза в Польшу родится через 9 месяцев” (Российская газета №193, 2011) Здесь также используется олицетворение как способ не прямой номинации, но в этом случае функцией живого обозначается пропускной документ.

4. Метонимия - перенос наименования на основе смежности.

“Иркутск подпрыгнул, но устоял” (Российская газета №193, 2011)

“Египет в минусе, Сочи в плюсе” (Коммерсантъ 20.09.2017)

Здесь представлена топонимическая метонимия, основанная на не прямой номинации людей, проживающих в определенном городе и их действиях.

5. Перифрастические номинации. Частый способ речевого воздействия в заголовках СМИ. Чаще всего употребляется в заголовках политического дискурса.

Главный российский иждивенец решил «перевести стрелки» (Эхо России, 17.07. 2013)

В данном заголовке прослеживается речевая агрессия автора, которую он не пытается скрыть, используя перифразу как способ

подчеркнуть негативное эмоционально-оценочное отношение к своему оппоненту.

Подобные способы непрямой номинации наделяют СМИ богатым манипулятивным потенциалом, а также возможность выразительного изображения описываемого объекта.

2.6 Нарушение лексической сочетаемости слов

Один из наиболее распространенных приемов языковой игры в заголовках печатных изданий представлен следующими способами:

1. Использование слов, имеющих узкую лексическую сочетаемость с иными словами:

“Прибарахлилась мужем” (С-И, №5, 2007) В заголовке просторечный глагол окказионально сочетается с одушевленным существительным “муж”.

“Игуменья юридическая” (Новая газета 02.10.2017) Узкоспециализированное прилагательное “юридическая” сочетается с неуместным для него существительным, выходящим за рамки судебной лексики.

“В горячее подлили протеста” (Коммерсантъ 01.06.2018) глагол “подлить” окказионально сочетается с абстрактным существительным “протест”.

“В зоне спортивного режима” (Новая газета 21. 05.2018) прилагательное “спортивный” имеет значение “относящийся к спорту, относящийся к качеству, внешности спортсмена”. Соединение со словом “режим” внутри устойчивого выражения “зона строгого режима” заголовков приобретает иное значение.

2. Использование слов с фразеологически связанным значении с иными словами:

“Закадычный враг. Какие методы диагностики заболевания щитовидной железы используют в Минске” (Фокус 21.04.2020) В данном примере мы можем наблюдать обыгрывание устойчивого фразеологизма “закадычный друг”, который приобрел в данном контексте окказиональное значение - опухоль, находящаяся в горле.

3. Абсолютивное использование глаголов, требующих обязательного распространения:

“Абоненты успеют выговорить” (Коммерсантъ 03.07.2018)
Комический эффект от этого заголовка заключается в употреблении многозначного глагола “выговорить”, без распространения которого в заголовке появляются новые смыслы.

“Картина маслом и гречкой: карантин спровоцировал россиян на творчество” (Коммерсантъ 02.03.2020) В данном заголовке комический эффект создается за счет добавления существительного “гречка” в устойчивое выражение, что также меняет изначальный смысл высказывания.

Таким образом, мы можем наблюдать, что нарушение лексической сочетаемости являются продуктивным приемом создания языковой игры и позволяют создавать новые смыслы в заголовке.

2.7 Окказионализмы

Окказиональные новообразования - это прекрасный способ для носителя языка создавать собственные выражения за счет различных механизмов словообразования. В языке СМИ данное “словотворчество” также представлено в полной мере. Иногда появившиеся в одном из печатных изданий слова могут закрепиться в языке и использоваться в дальнейшем в современной русской речи. Окказионализмы подразделяются на следующие группы:

1. Глагольные окказионализмы - наиболее многочисленная группа новообразований. Чаще всего бывают отыменными:

“Белоруссия продолжает экспертизничать” (Коммерсантъ 30.01.2018)

В данном случае окказиональный глагол образован от существительного “экспертиза”

“Ошнуреть можно!” (Здесь глагол образован от псевдонима певца Шнура. Обыгрывается то, что в своих песнях Шнур использует большое количество бранной лексики.

2. Субстантивные окказионализмы - образованы от имен, глаголов, наречий и словосочетаний.

“Олимпийский душок вместо олимпийского духа” (Московский комсомолец 03.02.2018) Окказиональное существительное “душок” образовано от имени существительного душа при помощи уменьшительно-ласкательного суффикса *ок*. Обладает негативным значением.

“Вертолетонедоносец” (Коммерсантъ 04.09.2014)

Окказиональное существительное образовано от словосочетания “не донести вертолет”.

3. Адъективные окказионализмы - образуются от глаголов, имен, наречий и словосочетаний.

“К «Тарасу Бульбе» возникли корчмарные претензии” (Коммерсантъ 14.06.2017) Прилагательное корчмарный образовано от имени существительного корчмарь.

“Безвузовый режим: как коронавирус повлиял на платное образование” (Коммерсантъ 06.05.2020) Прилагательное безвузовый образовано от сокращения “высшее учебное заведение” и приставки “Без”

“Травительный падеж” (Московский Комсомолец 05.09.2017) Прилагательное образовано от глагола “травить”.

СМИ часто используют данный прием, особенно в период обострения каких-либо социально значимых событий, которые есть у всех на слуху.

Например:

“Не подавай COVIDу: эпидемия может косвенно спровоцировать вспышки ВИЧ” (Коммерсантъ 12.04.2020)

“COVIDовать нечему: на фоне пандемии россияне ожидают снижения зарплат на 11%” (Коммерсантъ 14.04.2020)

2.8 Каламбуры

В последние десятилетия явление каламбура в заголовках газет плотно вошло в обиход СМИ. Объясняется это во многом из-за способности каламбуров ярко подать материал, и такая игра слов способна интересно обыграть множество значений одних и тех же слов и обыграть все с шуточной стороны.

Большинство работ, описывающих классификацию каламбуров, сводятся к следующему описанию:

1. Каламбур как столкновение разных значений одного слова.

“Корона жмет: Трамп разругался с советниками из-за коронавируса” (Известия 04.05.20) Каламбур заключается в столкновении в одном предложении 2 разных смыслов у одного слова. Корона в прямом значении как украшенный головной убор монарха и корона в переносном значении как сокращенное обозначение вируса COVID-19.

“На сером фоне: нелегальный рынок смартфонов сократился на 80%” (Известия 03.04.20) Обыгрывается два значения одного слова “серый”. Прямое значение как цвет, получающийся из смешения черного с белым и переносное (из устойчивого сочетания серый рынок) как незаконный, проданный без разрешения товар).

“Слезает с "пальмы"” (Российская газета 23.01.2020) Прямое значение как растение из семейства однодольных растений, переносное как сокращенное обозначение пальмового масла, используемого в производстве съестной продукции.

2. Использование омонимов в широком смысле :

“На зарядку становись!” Коммерсантъ 20.03.2020 (статья об зарядных устройствах для электроприборов) .Обыгрывается слова 2 омонимичных слова ”зарядка” - 1. электронное устройство для заряда электрических аккумуляторов и аккумуляторных батарей энергией

внешнего источника, 2. комплекс физических упражнений для поддержания здоровья человека.

“На волне здоровья: военных врачей подключили к телемедицине” (Известия 20.03.20) Обыгрываются 2 омонима - волна - 1. водяной вал, образуемый колебанием поверхности. 2. Колебательное движение в физической среде.

Необходимый юмористический эффект достигается от каламбура лишь тогда, когда собеседник понимает несоответствие смыслов слов, сходных по звучанию. Таким образом, главное в каламбуре не внешнее сходство, а смысловое различие слов, употребляемых для создания этого приема.

2.9 Прецедентные тесты

Судя по опыту поиска необходимого материала для анализа языковой игры, использование прецедентных текстов является наиболее любимым способом создания яркого заголовка в СМИ. Для этого они обыгрывают тексты различных песен, книг, фильмов, анекдотов, фразеологических оборотов и прочих часто вертящихся на слуху у читателей высказываний. Таким образом, подключая фоновые знания у адресата, журналист может более выразительно обозначить тему, которая раскрывается в статье дальше.

Существует большое количество примеров обыгрывания:

1. Цитат из книг, а также названий литературных произведений (наиболее известных широкой публике):

“Молилась ли ты на ночь, Дездемона?” (Комсомольская правда)

В рубрике под данным заголовком собран материал по судебным делам.

“Училка я дрожащая или право имею?” (Московский комсомолец 14.12.2017) Обыгрывается знаменитая цитата Раскольникова из произведения Ф. М. Достоевского “Преступление и наказание”. Статья о систематических хищениях зарплат курганских учителей.

“Старик и мор” (Российская газета 13.07.2017) Обыгрывается название повести Э. Хэмингуэя “Старик и море”. Статья о массовых смертях в доме престарелых.

“Пятьдесят оттенков белого” (Российская газета 21.06.2017). Обыгрывается название эротического романа Э. Л. Джеймс “Пятьдесят оттенков серого”. Статья о качестве белого хлеба, продающегося потребителям.

2. Цитат из песен и названий музыкальных групп:

“Баба Люда, давай! Как полюбень-трава и привороты на секс сделали пенсионерку из Коктебеля мировой знаменитостью” (Комсомольская правда 28.11.2018 Обыгрывается название популярной песни, ставшей народной. Помимо строчки из песни, авторы использовали прием восклицания, который привлекает читателя к статье.

“Наша служба и опасна и трудна?” Обыгрывается строчка из знаменитой песни “Незримый бой” Горохова за счет вопросительного высказывания, заставляющего задуматься не только над тем, какие профессии самые опасные, но и о том, что делают люди для обеспечения своей безопасности и делают ли вообще.

“Платья по разуму” (Столица С, 2014) Обыгрывается название музыкальной группы “Братья по разуму”. В статье рассказывается о ценах на выпускные платья и самом дорогом наряде стоимостью 300 тысяч рублей.

3. Крылатых выражений

“Острова преткновения: отдаст ли Россия Японии Южные Курилы?” (Известия, 2018) Обыгрывается крылатое выражение “камень преткновения”. Из статьи становится понятным, что эти острова - предмет горячих споров между странами. Таким образом, крылатое выражение не меняет своего значения, изменив свой графический вид.

“Горячие точки соприкосновения” Коммерсантъ 22.09.2017 В данном заголовке обыгрывается сразу два крылатых выражения - “горячие точки” в значении вооруженного конфликта и “точки соприкосновения” в значении чего-либо взаимосвязывающегося между собой.

4. Цитат из фильмов, сериалов или анимационных мультфильмов и их названий.

“Джентельмены на даче: кто грабит особняки отечественных селебрити” (Московский Комсомолец 26.05.2018). Обыгрывается название советского фильма “Джентельмены удачи”. Данный способ создания заголовка не изменил его сути: статья освещает проблемы защиты загородных домов от воров.

“Чип и Мантуров спешат на помощь” (Московский комсомолец 14.12.2017) Обыгрывается название популярного у детей мультсериала “Чип и Дэйл спешат на помощь”.

5. Пословиц и поговорок:

“После августа в четверг: чем может обернуться перенос ЕГЭ и ОГЭ” (Известия 20.04.2020) Изменению подверглась поговорка “после дождика в четверг”, имеющая значение “крайне редко, никогда”. При перефразировании смысл выражения не изменился: статья повествует о спорах по поводу начала проведения итоговых выпускных экзаменах.

6. Фразеологических оборотов:

“Намотать на УССО: по вирусу ударят «главным калибром» войск химзащиты” Обыгрывание устойчивого сочетания (фразеологизма) со значением “учитывать на будущее”. Видоизменяется и-за схожести в звучании аббревиатуры УССО и отдельного компонента фразеологизма “усы”.

“Жареный огурец и битый калач: чем угощают во Владимирской области” (Известия, 2018) Здесь перефразируется известная поговорка тертый калач, имеющий значение “опытный человек) Смысл высказывания меняется кардинальным образом: речь в статье идет о кулинарных особенностях жителей владимирской области.

Таким образом, в проанализированных нами заголовках печатных изданиях довольно частотно использование языковой игры в обыгрывании прецедентных текстов.

Зачастую при видоизменении кардинально меняется смысл устойчивых выражений. Отметим также, что данный прием используется с синтаксическими конструкциями и лексическими средствами.

2.10 Анализ частотности использования приемов языковой игры в заголовках печатных изданий

Все обнаруженные нами виды языковой игры в заголовках газет (206 единиц), мы считаем целесообразным разобрать по частотности их использования.

Таким образом, благодаря подсчетам, мы выявили следующую тенденцию:



1. Самую большую группу, по количеству использования, составляют заголовки с видоизмененными прецедентными текстами (34% от общего числа). Это легко объясняется тем, что обыгрывание устойчивых оборотов дает большой пласт для творчества и создает видимость чего-то близкого за счет подключения фоновых знаний читателя, при этом добавляя «эффект новизны».

Самый частотный тип трансформации прецедентного текста, который был зафиксирован нами - трансформация фразеологической единицы: замена одного или нескольких лексических компонентов

фразеологизма (Первым делом подготовка - экспедиция потом 15.02.17), расширение состава фразеологизма за счет введения добавочных компонентов («Работаем днем и музейной ночью» 12.01.15), усечение узувальной фразеологической единицы («Веселый Сабантуй - доброму делу венец» (11.07.2017), фразеологическая паронимазия (Хороший полимер для подражания (23.10.18), семантическая трансформация фразеологизма (Дела сердечные (статья об обследовании сердечно-сосудистой системы), синтаксическая трансформация фразеологизмов (Копейка рубль не бережет! (11.11.17)

2. Второй группой, по количеству использования, являются заголовки с различными видами фонетической деформации (27% от общего числа). Данный феномен можно объяснить тем, что подобного рода звуковые изменения позволяют более красочно представить заголовки и в наиболее сжатой форме выразить его смысл.

Наиболее частым способом создания заголовка с фонетической трансформацией можно назвать паронимазия и омофонию. Такие стилистические фигуры речи чаще используются в СМИ для нескольких целей:

- а) Обыгрывание имени собственного (Ах, Барс!”, “Нас не переКОСИшь!”, “Чудо УДО”, “Ни ВИМ, ни вам” (статья об авиакомпании Вин-авиа), “Забей, Болт!”)

- б) Внесение новых смыслов за счет использования схожих по звучанию или графическому изображению слов с другим значением (“Дуракам Дракон не писан”, “Йети глаза напротив”, “Кот доступа”)

3. Третьей группой, по количеству использования, являются заголовки с окказиональными словообразованиями (13% от общего числа). Это объясняется тем, что создание новых слов также способствует сжатости заголовка (потому что зачастую соединяет несколько слов

в единой форме), а также предполагает интересную графическую форму, что зацепляет взгляд читателей.

Самым частотным способом создания окказиональных словообразований является контаминация (возникновение нового выражения или формы путём объединения элементов двух выражений или форм) : (“Здравозахоронители”, “Вертолетонедоносец”, “Гособороноткат”).

Самой реже встречающейся группой, по числу использования, являются заголовки с морфологической деформацией. На наш взгляд, причиной этому может быть опасение трудности вычленения необходимой информации, оформленной непривычным способом или нежеланием нарушать орфографические нормы русского литературного языка.



Согласно подсчетам, самой большой группой заголовков с языковой игрой (29% от общего числа) встречались в печатных изданиях под рубрикой “Общество”. Статьи в данной рубрике не имели общей предметной направленности, были разнообразными и, скорее всего, причиной большого количества заголовков, “играющих

словом”, появились там из-за большого количества конкуренции на рынке и стремления захватить большую аудиторию. Такие новости читают большинство покупателей газет, поэтому необходимо нетривиально обратить внимание людей на заголовок.

Второй группой заголовков с языковой игрой являются заголовки под рубрикой “Стиль” (20 % от общего числа). Данное распределение также объясняется тем, что большинство потребителей читают статьи с подобным содержанием и журналисты вынуждены играючи заявлять о своей работе, чтобы оборот у нее был куда выше.

Интересную тенденцию показало то, что статьи под рубриками “Политика” и “Наука” заняли одинаковую позицию. В них практически вровень наблюдается использование языковой игры в заголовке (15 и 16% соответственно). Возможно, такое соотношение говорит о равной тенденции к наращиванию аудитории.

Самой маленькой группой являются заголовки под рубрикой “Бизнес” (2% от общего числа). Это объясняется направленностью данных статей (их читает малое число людей, имеющих специфические увлечения) и целью статей: не удивление читателя, а четкое его информирование.

Обобщая данные, полученные при анализе языковой игры в заголовках, следует сказать:

Наиболее продуктивный способ создания языковой игры в СМИ - обыгрывание устойчивых выражений.

Не существует определенных закономерностей использования определенных приемов языковой игры в зависимости от направления печатного издания. В любой газете можно встретить те или иные виды ЯИ.

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

После изучения печатных заголовков, использующих языковую игру разных типов, можно заключить следующее:

1. Существует множество примеров языковой игры на всех уровнях языка: стилистика, фонетика, морфология, синтаксис и так далее. Нами были выбраны и классифицированы наиболее, на наш взгляд, частотные и интересные с точки зрения языковых процессов;
2. Практически любая языковая игра основана на ситуации неожиданности, обусловленной нарушением каких-либо норм и стереотипов языка и осознанием этого нарушения. Это побуждает расширять границы владения языковыми навыками и развитию речи.
3. В основе выбора того или иного способа создания языковой игры лежит принцип поиска смежности, предполагающий сочетание схожих по буквенному, фонетическому или семантическому составу слов с целью достижения юмористического эффекта.
4. Роль использования языковой игры в заголовках печатных изданий следующая:
 - а) привлечение внимания адресата;
 - б) экспрессивно-оценочная функция: создание положительно или отрицательно эмоционально окрашенного заголовка.
5. Нами не были выявлены закономерности, предполагающие использование отдельных видов языковой игры для конкретных рубрик в заголовках печатных изданий. Таким образом, можно рассудить, что любое печатное издание в той или иной степени может воспользоваться любым способом создания языковой игры в своих заголовках.
6. Используя приемы языковой игры, СМИ не предполагают осознанного стремления закрепить в языке видоизмененные слова или выражения. Но существует определенная доля вероятности, что они

могут сохраниться в языке, если приобретут массовое распространение. Также активное использование отдельных словообразований может быть связано с социальными событиями, всколыхнувшими общественность в данный период времени.

Таким образом, языковая игра на лексическом, фонетическом, синтаксическом уровнях интригует читателей, расширяет их кругозор и словарный запас, делая и русский язык богаче. Используя приемы языковой игры, СМИ создает множество способов для выражения своего отношения к происходящим в мире событиям и добавляет новые смыслы в заголовки.

ГЛАВА 3. МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЕМОВ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА

3.1 Обоснование эффективности включения приемов языковой игры на уроках русского языка

С течением времени многие стали замечать, что процесс преподавания русского языка в школе становится для детей все менее интересным и более трудным. Большинство школьников уже не видят перспективы в изучении родного языка, что приводит к увеличению большого числа безграмотной молодежи. Во многом это связано с тем, что сегодняшнее преподавание меньше всего ориентировано на творческую деятельность, а также состоит из однотипных и шаблонных уроков. Все это снижает интерес к обучению, делает учебный процесс скучным, и ребенок попросту перестает понимать, какое важное значение имеют для него уроки русского языка.

Сохранение интереса и желания к познавательной деятельности является одной из главных проблем учителя. Невозможно сформировать у школьников какое-либо представление или понятие, если при этом не попытаться заинтересовать его предметом рассуждения.

Рассуждая о способах решения проблемы воспитания интереса у школьников, следует учитывать, что русский язык является одной из центральных элементов мировоззренческого восприятия человека, несет в себе большую функциональную значимость, а также связан с повседневной жизнью общества. Следовательно, при составлении урока необходимо добиваться максимальной эффективности многообразных воспитательных воздействий, ведь овладение русским языком является условием общей успешности школьника в обучении и в жизни.

Согласно Федеральному Государственному Стандарту, к предметным результатам основной общеобразовательной программы предъявляются определенные требования к тем знаниям, навыкам и умениям, которыми

должен овладеть ученик по итогу окончания обучения. В основном, следующие требования к результатам изучения курса русского языка сводятся к основным пунктам:

1. У учеников должно быть сформировано первоначальное представление о русском языке, как основе национального самосознания
2. Ученик должен понимать значимость русского языка как явления национальной культуры и основного средства межличностного общения
3. У ученика должно быть сформировано положительное отношение к правильной устной и письменной речи
4. У ученика должны быть сформированы навыки нормативного русского языка и знания о правилах речевого этикета
5. Ученик должен овладеть учебными действиями с языковыми единицами и уметь использовать знания для решения познавательных, практических и коммуникативных задач.
6. У ученика должна быть сформирована языковая компетенция, предполагающая знание самого языка, его устройство и функционирование
7. Учитель должен обеспечивать на уроках условия речевого общения. Речевая деятельность формируется во всех ее видах - чтении, говорении, письму, аудировании.

Таким образом, можно обобщить, что развитие языковой компетенции - одна из главных целей обучения на уроках русского языка. Но для ее овладения ученику необходимо выучить большое количество понятий, правил и сведений о родном языке, большинство из которых ему приходится попросту заучивать. К сожалению, такое запоминание воздействует только на краткосрочную память ученика и не формирует

постоянных навыков, которые может использовать человек в разнообразной речевой деятельности.

Для обеспечения внимания на уроке учитель может использовать задания, включающие в себя языковой игры. Это позволит обеспечить большую мотивацию к процессу обучения, позволит расширить кругозор школьника и его словарный запас, а также создаст условия для закрепления навыков и умений, полученных в ходе обучения.

3.2 План-конспект урока, включающего приемы языковой игры

| | |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема урока | Омонимы |
| Тип урока | Повторение изученного материала |
| Форма обучения | групповая форма обучения |
| Технология | Информационно-коммуникативная |
| Оборудование урока | раздаточный материал |
| Цель урока | Повторение и систематизация знаний о омонимах |
| Задачи урока | Закрепить умение различать слова-омонимы, стимулировать к познавательной деятельности, актуализировать умение работать в паре |

СТРУКТУРА УРОКА

| Основные этапы урока | Наблюдаемые приемы обучения и учения | Формируемые УУД |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Орг. этап | Подготовка и раздача учебных материалов. Приветствие, пожелание продуктивной работы. | <i>Регулятивные</i> УУД: самостоятельно организовывать свое рабочее место; настраивать себя на продуктивную работу |
| Актуализация знаний | Проведение фронтального опроса с использованием приема языковой игры (создание каламбуров): | <i>Познавательные</i> УУД: поиск и выделение необходимой информации, |

| | | |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>«Не мука, а мука», «Плачу за всех и плачу», «Душа прольется из душа», «Коты и коды доступа»</p> <p>За счет чего появляется комический эффект в заголовке? (за счет использования схожих по звучанию и написанию слов)</p> <p>Как называются такие слова? (омонимы)</p> <p>Какие омонимы совпадают по написанию, но различны по звучанию? Найдите пример в представленных заголовках.(омографы) (плачу и плачу)</p> <p>Какие омонимы совпадают по грамматической форме одного или разных слов? Найдите пример в представленных заголовках (омоформы) (душа (сущ в и. п.) - душа (сущ в р.п.))</p> <p>Какие омофоны схожи по звучанию, но различны по написанию? найдите пример. (омофоны) (Кот - код)</p> | <p>решение рабочих задач с использованием источников информации; структурирование знаний;</p> <p><i>Коммуникативные</i> УУД: осознанное и произвольное построение речевого высказывания в устной форме; слушать и понимать речь других</p> <p><i>Регулятивные</i> УУД: планировать свою деятельность в соответствии с целевой установкой</p> |
| <p>Самостоятельное творческое использование сформированных</p> | <p>Проведение лингводидактической игры. Порядок проведения и задания выведены после таблицы.</p> | <p><i>Познавательные</i> УУД: формировать навык поисковой деятельности;</p> |

| | | |
|----------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ых умений и навыков</p> | | <p>анализировать и синтезировать информацию;</p> <p><i>Коммуникативные УУД:</i></p> <p>строить устное высказывание в соответствии с коммуникативной задачей;</p> <p>формировать умение учебного сотрудничества, коллективного обсуждения проблем, предположений.</p> <p><i>Регулятивные УУД:</i></p> <p>самостоятельно контролировать время при выполнении задания;</p> <p>осуществлять самоконтроль;</p> |
|----------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | осуществлять взаимный контроль в парах; осуществлять анализ учебного материала. |
| Рефлексия деятельности | Подведение итогов совместной и индивидуальной деятельности учеников. | Регулятивные УУД: оценивать правильность выполненных действий; анализировать и оценивать результаты своей деятельности. |

Проведение лингводидактической игры.

Условия:

1. Группа делится на 3 команды (по рядам)
2. За каждый ответ группа получает баллы. Лучшая команда награждается 2 баллами. Остальные группы получают по 1 баллу.
3. На каждое задание дается не больше 5-6 минут.
4. По окончании все полученные баллы суммируются.

Задание 1. Даны буквосочетания, которые представляют собой высказывания. Найдите так можно больше различных выражений.

(Языковая игра с использованием лексико-синтаксических омофонов. Дети научатся вычленять различные омонимы, определять их значение).

Тамаркаупала, теперьяподнимитетоже, несудорогой, помашинам, даюмордашки, свитерок, сковородбудет, вползала, мостика

Задание 2. “Глухой телефон” Каждой команде на бумажке выдается фраза, которую они по цепочке должны передать всем участникам. Побеждает та группа, фраза которых претерпела наименьшие изменения.

(Языковая игра с использованием лексико-семантических омофонов. Ведется работа над речью школьника, выявляются причины изменения первоначальных слов)

1 команда: Тенист растишь кусочек

2 команда: спасите льняного валета

3 команда: то же лес Кореи

Задание 3. “Неграмотное письмо” Ученики получают текст с упрощенной школьной транскрипцией и пытаются найти в ней связный текст.

(Языковая игра с использованием лексико-семантических омофонов. Дети учатся расшифровывать транскрипцию, искать связные выражения.)

1 команда: [н' и мой ав'ос']

2 команда: [н'ит'ин'ит'и]

3 команда: [н'ижывал'и]

Задание 4: Объяснить комический эффект, появившийся из-за использования омонимов. (Языковая игра с использованием полных омонимов. Дети учатся различать разные значения схожих по написанию слов)

1 группа:

Дети - цветы жизни. Не давайте им, однако, распускаться.

Арестовали на даче при даче взятки.

Берут немалую плату за печатную плату.

Бреду в бреду.

В больницу лечу, болячку лечу.

Взялся овощи тушить, а пришлось пожар тушить.

Водород в шарах шарах!

2 группа:

Однажды кот подкрался к попугаю:

«Сейчас тебя я, братец, попугаю...»

Но попугай из клетки крикнул: «Брысь!»

Что серый кот, здесь убежала б рысь!

Волчья пасть — овце пасть.

Вот парящий котёл и над ним парящий орёл.

Вот возьму, и не возьму тебя с собой.

Военный блок нападкам поставил блок.

Вся соль в ноте соль.

3 группа:

Не щеголяй, приятель, тем,

что у тебя избыток тем.

Произведенья знаем те мы,

где лучшие погибли темы!

Бедняки расстраиваются, что богачи так широко расстраиваются.

Бороться будем сообща, куда надо сообща.

Бумаги рву во рву, а после прочь рву.

Быть свинкой — не болеть свинкой.

Задание 5: Создать верный контекст для следующих словосочетаний.

1 группа: оденешь калитки (Пример - Ветер-буян, скоро ты оденешь калитки снегом)

2 группа: избирательная компания (Избирательная компания друзей у Мишки. Все-то им не нравится.)

3 группа: я экскурсии вожу (Я вожу экскурсии на рейсовом автобусе)

Задание 6: Игра “Почему не говорят?” Постараться правильно отгадать ответ на вопрос. (Задается всем участникам)

- Почему не говорят лошадь Тютчева? (Потому что говорят конь Фета)
- Почему не говорят пес зимы? (Потому что говорят кот лета)
- Почему не говорят два-оттенок? (Потому что говорят три тон)
- Почему не говорят Эти сотня? (Потому что говорят те сто)
- Почему не говорят Торшер из зим? (Потому что говорят бра-с-лет)
- Почему не говорят восемь нож? (Потому что говорят раз вилка)
- Почему не говорят машина барона? (Потому что говорят авто-граф)
- Почему не говорят над котик? (Потому что под-мышка)

Подсчет результатов

Подведение итогов, окончание урока.

ВЫВОДЫ К ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

Создание урока, включающего приемы языковой игры, показало:

1. Языковая игра способна разнообразить урок русского языка, создавая условия для интересного закрепления умений и навыков, полученных на предыдущих уроках.
2. Использование приемов языковой игры на уроках русского языка способно раскрыть различные особенности устройства и функционирования языка, скрытые от учеников при повседневной коммуникации.
3. Языковая игра способствует формированию различных компетенций школьника, в том числе изобретательности и способности к абстрактному мышлению.

4. Использование некоторых видов языковой игры на уроках позволяет создать условия для группового взаимодействия школьников, что позволяет либо выявить трудности в социальном взаимодействии учеников, либо повысить сплоченность коллектива.
5. Языковая игра позволяет создать мотивацию к творческому взаимодействию с родным языком, расширяя границы языковых навыков у ребенка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав различные рецензируемые печатные издания, обладающие большим тиражом ("Коммерсантъ", "Известия", "Российская Газета", "Московский Комсомолец", "Ведомости" и т.д.) и использующие различные приемы языковой игры, мы пришли к следующим результатам:

Задачи, поставленные перед началом нашего исследования, были выполнены:

1. Нами было раскрыто понятие "языковая игра" и проанализированы исследовательские работы ученых, занимавшихся теоретическими аспектами изучения языковой игры в отечественном языкознании. Итогом нашего изучения стали выводы о необходимости дальнейшего рассмотрения такого лингвистического явления как языковая игра и систематизации способов его создания.

2. Нами были изучены классификации приемов языковой игры. Наиболее оптимальной для нашего исследования приемов языковой игры оказалась классификация Коноваловой Е. Б. Последующий исследовательский материал для анализа (заголовки) отбирался согласно систематизации данного ученого.

3. Нами были найдены и проанализированы заголовки, включающие в себя приемы языковой игры. Анализ проводился на всех уровнях языка: фонетическом, морфологическом, синтаксическом, лексическом.

4. Нами был разработан урок русского языка, включающий приемы языковой игры. Урок соответствует стандартам ФГОС и основывается на системно-деятельностном подходе.

Цель, поставленная перед нами в начале исследования, была достигнута. Мы проанализировали приемы языковой игры и способы ее создания на конкретных примерах заголовков печатных изданий. Было выявлено огромное количество способов создания языковой игры,

обладающей большим потенциалом для мотивации для любой познавательной деятельности, в частности - к прочтению журналистского материала или творческому изучению темы на уроке.

Гипотеза нашего исследования, заключающаяся в том, что языковая игра, с ее многообразием вариантов исполнения, эффективно воздействует на внимание и способна мотивировать к познавательной деятельности также подтвердилась за счет подробного рассмотрения каждого отдельного способа создания приемов языковой игры и опыта в разработке нестандартного урока, включающего приемы языковой игры.

Данная дипломная работа может использоваться для следующих исследований:

а) исследование психологического воздействия приемов языковой игры на адресата воздействия

б) исследование эмотивной роли языковой игры в заголовках печатных изданий

в) исследование изменения речевого поведения современного носителя языка, использующего в речи языковую игру

г) исследование отдельных проявлений приемов языковой игры в текстах СМИ, художественной литературе или интернет-коммуникации

Также следует обратить внимание на перспективы практического применения языковой игры. Данная исследовательская работа показала, что языковая игра способна использоваться в разных областях, в том числе в образовательной деятельности, поэтому весь собранный материал может использоваться преподавателями в общеобразовательных организациях или высших учебных заведениях для создания нестандартных и творческих занятий.

Заключительным выводом к данной работе является размышление о огромном потенциале языковой игры как лингвистического феномена. Языковая игра - это то, что дополняет, модернизирует язык современного

человека, предоставляя новые возможности для его употребления. Пока существует такое явление, как языковая игра, существует и сам язык.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова, Е.М. Влияние языкового строя на специфику языковой игры: текст / Е. М. Александрова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 10. – С. 12–17.
2. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов / А.А. Амзин. – М., 2011. – 141 с.
3. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин – М.: Художественная литература, 1990 – С. 93.
4. Берлянд, И.Э. Игра как феномен сознания: текст / И.Э. Берлянд. – Кемерово: АЛЕФ, 1992. – 94 с.
5. Береговская, Э.М. Специфика палиндрома как формы языковой игры / Э. М. Береговская // Филологические науки. – 1999. – № 5. – С. 55-64.
6. Булыгина, Т. В. Языковая концептуализация мира: текст / Т. В. Булыгина. – М., 1997 – 285 с.
7. Бюлер, К. Теория языка. Репрезентативная функция языка: монография / К. Будагов. – М.: Прогресс, 2002. – 528 с.
8. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи: учеб. пособие / А.Н. Васильева. – М.: Издат-во «Русский язык», 1982. – с. 134.
9. Виноградова, В.Н. Стилистический аспект русского словообразования: текст / В.Н. Виноградова. – М.: Наука, 1984, – 184с.
10. Витгенштейн, Л. Культура и ценность. О достоверности / Пер. с немецкого Добросельский Л.: текст – М.: АСТ, 2010, – 256 с.
11. Витгенштейн, Л. Заметки о философии психологии / Перевод с нем. С.Д. Латушкина под редакцией В.В. Анашвили – М.: Дом интеллектуальной книги, 2001. – 192 с.

- 12.Гридина, Т. А. Языковая игра как лингвокреативная деятельность. Формирование языковой личности в онтогенезе: текст/ Т.А. Гридина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. пед. ун-та, 1996. – 225 с.
- 13.Гумбольдт, фон В. Избранные труды по языкознанию: текст/ Перевод с нем. Г. В. Рамишвили – М.: Прогресс, 2000. – 400 с.
- 14.Деннет, Д. Фон языка в мышлении // Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии: хрестоматия. – Барнаул, 2001. – 198 с.
- 15.Дементьев, В.В. Речевые приемы иронии и шутки и типология коммуникативных интенций: монография / В.В. Дементьев. – Пермь, ПермГУ, 1998. – С. 33-45.
- 16.Дзякович, Е.В. Особенности использования средств параграфемии в современной печатной рекламе: текст/ Е.В. Дзякович. // Вопросы стилистики – Саратов: Изд-во Саратовского унив - та, 1998. – № 28. – С. 140 - 145.
- 17.Земская, Е. А. Языковая игра: текст / Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. – М.: 1983. – С. 172-214.
- 18.Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов: текст / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац и др. – М.: Прогресс, 1996. – 245 с.
- 19.Кожина, М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка: текст / М. Н. Кожина, Е. А. Баженова, М. П. Котюрова и др. – М.: Флинта, 2011. – 696 с.
- 20.Коновалова, Ю. О. Языковая игра в современной русской разговорной речи: монография / Ю. О. Коновалова – [Б.и.], 2008. – 196 с.
- 21.Кубашичева, С. К. Особенности перевода заголовков современных английских СМИ: текст / С. К. Кубашичева, Л. Р. Читао // Вестник АГУ – 2015. – № 2. – С. 21.

- 22.Лисина, Л.А. Языковая игра в газетных заголовках: текст / А. Г. Лисина, И. С. Червячук – Комсомольск-на-Амуре, 2016 г. – 5 стр.
- 23.Лыков, А.Г. Лексикология: русское окказиональное слово. Психологический аспект словообразования: текст / А.Г. Лыков. – М.: Наука, 1985. – 119 с.
- 24.Николина, Н.А. Языковая игра в современной русской прозе / Н. А. Николина // Русский язык сегодня: Сборник статей. Вып. 1. – М., 2000. – С. 551-561
- 25.Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры: текст – М., 2002. – 265 с.
- 26.Скляревская, Г.Н. Толковый словарь русского языка конца XX века: языковые изменения: текст/ Под ред. Г.Н. Скляревской. – Спб.: РАН Институт лингвистических исследований, 1998. – 700с.