

Итак, рассмотрение отклонений от языковой нормы в современных рекламных текстах и объявлениях Прохоровского района Белгородской области демонстрирует, к сожалению, низкий уровень владения кодифицированными средствами и является отражением современного состояния речи.

Литература

1. Русский язык и культура речи: Учебно-методический комплекс для вузов / Под ред. А.Г. Антипова. — М.: Едиториал, 2002. 171 с.
2. Гольдин, В.Е., Сиротина В.Е. Речевая культура. — М.: Просвещение, 1998. 375 с.
3. Введенская, Л.А. Русский язык и культура речи. — Ростов н/Дону: Феникс, 2001. 448 с.
4. Кара-Мурза, Е.С. Лингвистическая экспертиза рекламных текстов // Российская газета. — 2008. — 15 октября. — С. 13.
5. Россшпер, Дж. Р., Перси, Л. Реклама и продвижение товаров / Пер. М. Бугаев. — СПб.: Питер, 2000. 656 с.

Abstract. The article considers the most visible and typical deviations of the linguistic standards in modern commercial in the Prokhorovsky district of the Belgorod region. In the process of study, the materials of the local press, spelling, punctuation, lexical and grammatical errors are emphasized. As a result of the research, it turns out that the language of advertising is a reflection of the current state of Russian speech.

Keywords: non-standard speech communication, advertising, ad maker, advertiser, spelling, punctuation, grammatical standards, co-occurrence range.

Сидельникова Н. С.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ТЕКСТАХ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Россия, г. Белгород, Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
Kira.naruti@yandex.ru

Аннотация. Данная статья посвящена языковой игре в текстах газетной публицистики, в ней рассматриваются примеры словообразовательной игры, отмечаются особенности использования прецедентных текстов

Ключевые слова: языковая игра, лексические новообразования, словообразовательная игра, прецедентные тексты

Анализ языковой специфики текстов газетной публицистики свидетельствует об активных словотворческих процессах, результатом которых являются лексические новообразования различной деривационной структуры. Фиксация таких слов, разноаспектное исследование представляет особую важность, потому что лексические инновации позволяют определить основные тенденции, характеризующие язык наших дней. Тематически лексические новообразования отражают все изменения, которые происходят в социокультурной жизни. «Применение количественного метода в исследовании лексических новообразований позволяет судить о степени динамичности неологических процессов, о векторе неологизации, о преобладании тех или

иных аспектов обновления словарного состава, о деривационных предпочтениях современной неологике» (Плотникова, 2003 : 87).

Анализ языкового материала позволяет говорить о том, что в основе словопроизводства инноваций лежит языковая игра. В современной лингвистике языковая игра традиционно понимается как «сознательный эксперимент, имеющий установку на творчество» (Ильясова, Амири, 2009: 28). Широкое распространение получила точка зрения В. З. Санникова: «Языковая игра – это некоторая языковая неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая. При этом слушающий (читающий) тоже должен понимать, что это «нарочно так сказано», иначе он оценит соответствующее выражение просто как неправильность или неточность. Только намеренная неправильность вызовет не досаду и недоумение, а желание поддержать игру и попытаться вскрыть глубинное намерение автора, эту игру предложившего» (Санников, 2002: 23).

Целью данной статьи является рассмотрение отдельных видов языковой игры, которые особенно часто используются в газетных и журнальных заголовках, чтобы привлечь внимание читателя, заинтересовать его и вызвать у него желание продолжать чтение.

Успешность языковой игры обеспечивается использованием всего богатства средств языка: фонетических, графических, словообразовательных, лексических, синтаксических, стилистических – направленных на разрушение стереотипных высказываний и порожденных этими стереотипами ожиданий реципиента коммуникации. При столкновении с языковой игрой у читателя появляется интерес к публикации. Именно он побуждает адресата к активной мыслительной работе, направленной на разрешение языковой «загадки».

Словообразовательным приемом создания языковой игры являются лексические новообразования. Они возникают под влиянием контекста при особом коммуникативном задании, они специально «придумываются». Повышенная выразительность окказионализмов обеспечивается их необычностью на фоне нормативных образований: *Снеговикенд* (Maxim №12, 2017) образовано путем сложения с интерфиксацией и суффиксацией.

Большую активность в настоящее время приобрели образования от *SMS*, например: *SMSка*, *SMSиться*, *SMSно* и др. Играя со словом, авторы образуют производные слова с использованием латиницы: *BeSMSленно* и *беспощадно*. *Любителя текстовых сообщений отправили лечиться* – Моск. комс. Компоненты производных слов могут быть выделены графически: *Школа: объЕГЭрят* всех. – АиФ; *РасКРАБленное* море. – Комс. пр.; *Я такой страны теперь не знаю, где так ЛЬГОТно* дышит человек! – Комс. пр.; *Дискри МЕН-Тация*. – Версия; *БЕСПЕРЕДЕЛ*. – АиФ. Особенностью подобного рода слов является то, что они наиболее ярко демонстрируют индивиду-

ально-творческий подход к словопроизводству. В их создании наиболее выразительно раскрываются творческие возможности человека: *кока-колонизация, первопроходимцы, сроссиянить, ценизм* и др.

Контаминированные образования всё чаще выступают в роли заголовков, то есть в сильной позиции. Как особенность отметим, что подобного рода слова в силу своей необычности требуют дополнительного толкования. Эту функцию зачастую выполняют подзаголовки, ср.: **ГОСУДАРСТВЕННАЯ БЛОГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ** (заголовок). *Российская власть решила сыграть с активными пользователями Рунета на их поле* (подзаголовок). – Версия.

Современной публицистике свойственна интертекстуальность, одним из вариантов проявления которой считается широкое применение прецедентных текстов – поэтических и прозаических цитат, строк из популярных песен, названий художественных произведений и фильмов, пословиц, поговорок, фразеологических оборотов и других выражений, являющихся элементом «культурной памяти» народа. Как отмечает Е.А. Земская, прецедентные тексты особенно широко используются в газетных заголовках, так как «характеризуют и менталитет автора-журналиста, и его уровень, а также психологию и коммуникативную компетенцию читателя-адресата» (Земская, 2004: 554). Использование прецедентных текстов в газетных заголовках является одним из проявлений языковой игры, благодаря экспрессивности и оценочности подобных заголовков, а «экспрессивный эффект значительно усиливается в результате разного рода трансформаций, которые происходят в прецедентных феноменах по воле автора» (Ильясова, Амири, 2009: 226-227). Яркий экспрессивно-стилистический эффект создаётся за счёт ассоциаций, которые возникают у читателя при сопоставлении преобразованного текста с общеизвестным источником.

Трансформация прецедентных текстов чаще всего осуществляется путём замены одного или нескольких слов на слово, значимое для содержания статьи, например: **как у Деда Мороза за пазухой; поколение на горошине** (Maxim №12, 2017); **рыцари круглого кольца** (Maxim №9, 2017).

Таким образом, анализ языкового материала позволяет говорить о том, что языковая игра как средство передачи мыслей, чувств, эмоций, ощущений, невербализованных идей автора становится все более востребованной в газетном тексте. Данный факт можно считать свидетельством поиска новых средств выражения экспрессивности и оценочности.

Литература

1. Земская, Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М., 2004.
2. Ильясова, С.В., Амири Л.И. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М., 2009.
3. Плотникова, Л.И. Словотворчество как феномен языковой личности. Белгород, 2003.
3. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002.

Abstract. This article discusses a language game on the example of texts of newspaper journalism, the examples of graphics, word-building and language play in the contemporary publications.

Keywords: language game, game graphics, journalism, word-building game.

Шапвалова Ю.Ю.

ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА И ЧИСТОТА РЕЧИ

Россия, г. Белгород, МБОУ «СОШ № 41»
julie0705@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена глобальной проблеме в условиях современной языковой ситуации – чрезмерному увлечению лексикой, заимствованной из других языков. Предпринята попытка выработки правил корректного употребления заимствованной лексики, определения условий, в которых эта лексика может употребляться, не разрушая чистоту речи.

Ключевые слова: заимствования, лексическое значение, чистота речи, неотермины, окказионализмы.

Современная языковая ситуация характеризуется неумеренным потоком слов-пришельцев в русский язык. Процесс заимствования русским языком является мощным и, к сожалению, односторонним. И поэтому учёные-лингвисты бьют тревогу, так как в наш язык вливается беспрецедентное количество иностранной лексики, а русскими лексемами другие языки свой словарный запас не пополняют. Немотивированное употребление «чужой» лексики приводит к разрушению важного коммуникативного качества речи, каким является чистота речи, к тому, что расширяются группы некодифицированной лексики, куда мы относим и варваризмы.

Чрезмерное увлечение иноязычной лексикой охватывает все слои населения, что значительно осложняет коммуникацию, снижает её эффективность. В связи с этим видится, что борьба с неуместным употреблением заимствованных слов – это борьба за соблюдение коммуникативных качеств речи, так как нарушение одного свойства речи приводит к нарушению другого: разрушается чистота – не работают такие свойства, как уместность, правильность, доступность речи, а также взаимопонимаемость коммуникантов. «Язык – это хранитель менталитета народа на разных этапах его развития, средство самоидентификации нации. Именно поэтому русский язык был и остаётся столь притягательным для носителей других языков и культур, так как это форма и средство приобщения к России, к её многовековой истории и богатейшей культуре» (Ремнёва, 2004: 23).

В.И. Даль считал, что иноязычные слова мешают понимать истинный народный дух родного языка, поэтому не одобрял иностранные слова, хотя не отметал заимствованную лексику вовсе. В его «Словарь живого великорусского языка» включены чужеземные лексемы с указанием «отечества»: *бисквит* – франц., *бифштекс* – англ.,