О. В. Пыстина

Сыктывкарский государственный университет

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ПРИЕМ В МОЛОДЕЖНЫХ СМИ

Моделирование игровых ситуаций становится заметным явлением в текстах массовой коммуникации и является привлекательным феноменом для исследования. Материалом для анализа послужили заголовки, построенные на основе языковой игры из молодежного издания Республики Коми «Твоя параллель».

Опираясь на классификацию С. И. Сметаниной, можно отметить наиболее употребительные типы языковых игр в практике молодежного СМИ. По степени активности выделяются заголовки, основанные на игре с сочетаемостью; необычная сочетаемость связана с внедрением лексических единиц, которые оценивают, иронически переосмысляют тему: например, рубрика «Анчоусы пера» посвящена молодым журналистам. Широк диапазон языковых игр с прецедентными феноменами, особенно с использованием строк из известных песен, кинофильмов и названий передач: «Детям – мороженое, чиновникам – "ВКонтакте"». Для активизации визуального и ассоциативного восприятия активно используется графическая игра, например, капитализация: материал «АНТИФАкельное шествие» посвящен акции протеста против фашизма. Молодежное сознание отдает предпочтение визуальным знакам, поэтому применяются и другие параграфемные элементы: «Донцова – (не)зло?». Еще один характерный прием – игры с многозначностью как способ интерпретации противоречивости мира и своеобразная игра на сообразительность с читателями: «Немцы в городе» – о приезде в республику делегации из Германии. Реже используются заголовки со словообразовательной игрой, имеющей серьезный выразительный потенциал: например, рубрика о проблеме наркомании «Антидурь». Менее употребительны фонетические игры, а потенциал морфологической игры, для понимания которой необходимо владеть определенными языковыми знаниями, практически не реализуется.

Языковая игра в молодежном издании активно овладевает новыми техническими и семиотическими возможностями, позволяет одновременно выразить несколько смыслов и служит для создания комического или иронического контекста.