

Научная статья
УДК 821.161.1
DOI 10.47438/2309-7078_2023_1_197

ВОСПРИЯТИЕ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Татьяна Викторовна Игнатьева¹

Академия ФСИИ России¹
Рязань, Россия

¹Доцент кафедры иностранных языков, e-mail: Ignatjeva.ryazan@yandex.ru

Аннотация. Языковая игра выражает настроения общества и способ оценки действительности. Около 10 лет назад ставился вопрос о вреде широкого распространения языковой игры. В настоящее время она считается необходимым элементом медиадискурса, так как позволяет сохранить определенный слой информации, становится средством самопрезентации. Языковая игра рассматривается как тип речевого поведения, реализуемый в СМИ, рекламе и Интернете.

В статье на основе изучения исследовательских работ определены приемы языковой игры, наиболее активно применяемые в современном медиадискурсе (обыгрывание прецедентных феноменов, графическая игра). Доказано, что при использовании языковой игры наблюдается взаимодействие различных форматов, проявляющееся в единстве информационного поля языковой личности. Описаны результаты эксперимента, проведенного среди студентов вузов с целью определения особенностей восприятия языковой игры в медиадискурсе. Эксперимент подтвердил эффективность воздействия графической игры, а также совмещения в языковой игре возможностей нескольких знаковых систем. Новизна работы состоит в комплексном подходе к анализу феномена языковой игры в медиадискурсе и особенностей ее восприятия языковым сознанием современных носителей русского языка.

Ключевые слова: языковая игра, языковая норма, языковая ситуация, культура речи, медиадискурс, графическая игра, прецедентный феномен.

Для цитирования: Игнатьева Т.В. Восприятие языковой игры в медиадискурсе // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2023. № 1. С. 197–203. DOI: 10.47438/2309-7078_2023_1_197

Введение

Распространение опосредованной коммуникации в начале XXI века приводит к появлению новых речевых жанров (электронное письмо, блог, чат, форум, мессенджер) и правил общения. Актуальность статьи связана с необходимостью изучения медиадискурса и эволюции языковых явлений в Интернете. Необходимость привлечь внимание в массовой коммуникации создает условия для отступления от стандарта, использования различных экспериментов и языковой игры. Языковую игру часто понимают как преднамеренное отступление от языковой нормы, поэтому осознание изменения узуса и стремление к эксперименту взаимосвязаны. Существует вероятность, что происходит формирование новых норм общения и отбор соответствующих им языковых средств, активное использование языковой игры – это часть поиска.

Как отмечает С.В. Ильслова, в СМИ языковая игра является средством выражения экспрессии и оценочности, т. к. позволяет моделировать в обществе определенные эмоции [8, с. 34]. В условиях тех-

нического регламента интернет-коммуникации особенно ценной становится человеческая черта – «нелогичное творчество» [4, с. 59]. Условия изменения речевых традиций и языковых норм под влиянием экстралингвистических факторов способствовали распространению проявлений языковой игры в различных видах дискурса.

Начало разработки теории игры обычно связывается с именами таких ученых XIX в., как Ф. Шиллер, Г. Спенсер, В. Вундт. Термин «языковая игра» возник в середине XX века, его ввел немецкий философ Л. Витгенштейн. Языковую игру Л. Витгенштейн представлял как всю человеческую, а также речевую деятельность [1, с. 108–153]. Эти философские послышки, в том числе и представление о символических, ассоциативных основах мышления, были использованы в последующих филологических теориях языковой игры.

У современных исследователей под этим термином понимается прежде всего проявление творческого отношения человека к языку, сознательная деструкция индивидуумом языковой нормы, представляющей собой совокупность «наиболее устойчивых

традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закрепленных в процессе общественной коммуникации» [18, с. 337]. Трактовка языковой игры как отклонения от языковой нормы имеет место фактически у всех исследователей этого явления в русской речи: Н.Д. Арутюновой, Т.А. Гридиной, Е.А. Земской, Б.Ю. Нормана, В.З. Санникова и др. Также языковая игра трактуется как «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т.е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызвать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект» [18, с. 657]. Речевое поведение традиционно понимается как форма проявления речевого общения, которое «осуществляется между многими, несколькими или двумя людьми» [15, с. 192]. Понимание языковой игры как определенного типа речевого поведения говорящих возможно применительно к разговорной речи и общению в Интернете.

Для трактовки языковой игры существенное значение имеет определение ее целевой установки. Целью языковой игры является достижение стилистического эффекта, который представляет собой «"заложенное" в высказывании и реализованное в нем с помощью специальных языковых средств намерение автора речи вызвать у адресата определенную эмоциональную реакцию на это высказывание» [18, с. 488].

В специальной литературе представлены два подхода к изучению языковой игры. При первом подходе феномен языковой игры рассматривается независимо от его конкретной реализации в той или иной коммуникативной сфере (Б.Ю. Норман, И.С. Янченкова). Соответственно при этом характеристика особенностей языковой игры сопровождается примерами, относящимися к разным коммуникативным сферам. Достаточно очевидно, что при таком подходе игнорируется специфика языковой игры в различных коммуникативных сферах использования языка. Другой подход связан с изучением языковой игры применительно к конкретным коммуникативным сферам (разговорная речь, художественная литература, СМИ, рекламные тексты). Наглядное представление о языковой игре в разговорной речи дает работа Е.А. Земской «Русская разговорная речь» (1981 г.). В.Я. Пропп и В.З. Санников рассматривают языковую игру в художественной литературе как один из приемов комизма. Использование языковой игры в различных коммуникативных сферах изучено далеко не в одинаковой степени.

Результаты

Наблюдение за языковой игрой в медиадискурсе позволяет отметить активизацию и обновление ряда приемов. Вопрос о классификации приемов разработан на материале различных видов дискурса [6; 7; 17; 22]. Традиционно проявления языковой игры соотносятся с уровневой структурой языка, а приемы реализуются на фонетическом, морфологическом, словообразовательном, лексическом, синтаксиче-

ском (текстовом) уровнях. Выделяют приемы рифмовки, образования окказионализмов, различные виды каламбура, обыгрывание фразеологизмов или прецедентных феноменов, этимологизацию слова, деструкцию строя предложения и перестройку синтаксических связей. В основе ряда приемов лежат средства различных языковых уровней (речевая маска, графическая игра). Языковая игра представляет собой преднамеренное отклонение от языковой нормы или стандарта в целях создания стилистического эффекта. По наблюдениям Н.И. Клушиной, «современная реклама избавляется от явных грамматических ошибок, но культивирует ошибки скрытые, малозаметные и очень опасные, особенно для наших детей» [11]. Использование приемов языковой игры разрушает автоматизм прочтения текста, искажает графический и фонетический облик слова. Это опасно для молодого поколения, слабо ориентирующегося в законах родного языка. Однако следует обратить внимание на то, что не каждый прием языковой игры может вызвать сомнения в том, как устроена система языка. Существует целый ряд приемов, которые не приводят к запоминанию ошибки, а показывают различные грани языковых единиц. Например: «Такси "везет", прибудет вот-вот» (об удаче в делах или перемещении чего-либо). Использование языковой игры не всегда означает выход за рамки языковых норм. Приемы языковой игры могут быть основаны на синонимии, полисемии, омонимии, эллипсисе. В случае использования подобных стилистических фигур нарушения языковых норм не происходит, т.к. вся лингвокреативная деятельность говорящего разворачивается в рамках уже существующих норм.

В ряде работ рассматривается языковая игра в СМИ. Е.А. Земская изучала приемы языковой игры на материале газетных заголовков. Автор считает, что одним из самых частых средств выразительности в публицистике 1990-х гг. является обыгрывание официальной фразеологии и известных всем выражений [5, с. 223]. Автор отмечает, что суть приема не изменилась, но теперь языковая игра получила распространение в сфере политических и экономических текстов [5, с. 228]. На современном этапе прецедентность характеризуется как самый растиражированный прием языковой игры, востребованный в заголовках [2, с. 34].

Обращаясь к специфике языковой игры в медиадискурсе, можно сделать предположение о распространенности графической игры. Применение языковой игры в создании рекламного текста может обеспечить его оригинальность и явиться залогом его успеха. Исследуя рекламу как комплекс воздействующих факторов, ученые рассматривают язык рекламы в качестве важного источника формирования современной языковой картины мира [21, с. 20]. М.В. Ягодкина считает, что основой для рекламного сообщения является вербальный план, но необходимо уделять внимание невербальному компоненту, звуковому сопровождению и цветовому оформлению, поскольку все компоненты рекламного сообщения оказывают комплексное влияние на адресата. Язык рекламы программирует положительную реаль-

ность. А.В. Коршунова обнаружила тенденцию к росту показателей использования графической игры [12, с. 20]. И.С. Янченкова отмечает, что «конструкции с графической игрой составляют 49 % из собранного языкового материала исследования» [22, с. 66]. Она признает языковую игру необходимой для языка СМИ, т.к. если некоторая информация «не будет обличена в яркую, запоминающуюся форму, она будет потеряна...» [22, с. 69–70]. Языковая игра становится одним из признаков художественно-публицистических жанров (очерк, эссе), а также аналитической статьи, рецензии и обзора.

В интернет-коммуникации вырабатывается система общения, «которая диктует специфические, игровые, экспериментальные алгоритмы порождения и употребления знака» [3, с. 31]. Ю.А. Книга отмечает, что «модель коммуникации в социальных сетях и микроблогах характеризуется парадоксальностью» [10, с. 91]. Она одновременно позволяет делиться личными переживаниями и публично представлять факты личной жизни. Языковая игра становится для пользователей социальных сетей средством самопрезентации. Автор выделяет специфические черты интернет-дискурса: «диалогизм, особый авторский характер, анонимность, отсутствие гендерных и возрастных рамок» [10, с. 91, 93]. Возникает проблема специфичности языковой игры в Интернете и взаимосвязи новых и традиционных жанров. Автор перечисляет традиционные приемы языковой игры на различных уровнях, исходя из этого, можно сделать вывод о том, что специфику языковой игры в интернет-дискурсе можно отметить преимущественно в свете коммуникативной ситуации и использования современных технических возможностей. Вместе с этим в Интернете развиваются и обновляются некоторые приемы, реализующиеся в создании «субъязыков», например, олбанском. Появился специфический жанр – мем, который можно назвать особым видом языковой шутки, продуцирующим эффект обманутого ожидания [3, с. 32]. Мем – это «короткий словесный комментарий» к известной фотографии, рисунку, схеме, символу. Т.А. Гридина предлагает разделить интернет-мемов на универсальные, ориентированные на широкую аудиторию, понятные большинству субъектов интернет-общения, и специализированные, «намеренно сужающие фокус-группу, в том числе требующие владения специальными знаниями в определенной области» [3, с. 31]. Таким образом, прием языковой игры и языковые единицы, используемые для его реализации, очерчивают круг реципиентов.

Выявлению жанровой специфики Интернета способствует определение признаков медиатизации [14, с. 631] и анализ лексико-стилистических маркеров [20, с. 223]. В ряде жанров интернет-коммуникации важным является нарушение существующих образцов, наблюдается вариативность формы слова, что создает ощущение нестабильности языковой системы. Пример использования мема доказывает связь жанров интернет-коммуникации с живой речью [13, с. 53–61].

Языковая игра становится результатом взаимодействия лингвистических и экстралингвистических

факторов, в ней выражается единство «игры», «метафоры» и «культуры» в целом. Языковая игра «отражает субъективные представления о жизненных ценностях и выступает одним из каналов формирования этических и эстетических приоритетов времени» [16, с. 7]. Кроме того, изучение языковой игры позволяет понять границы «дозволенного» для каждого из приемов, т.е. оценить уместность языковой игры в ряде коммуникативных ситуаций.

Проанализировав данные об использовании языковой игры в различных видах дискурса, попытаемся выявить ее влияние на искажение языковой нормы в рамках коллектива студентов. Нами проведен опрос, его цель – выяснить, насколько прочно запоминаются различные выражения, содержащие отступление от языковой нормы (проявления языковой игры). Тема опроса: «Языковая игра как фактор сосредоточения внимания». Важным условием эксперимента были анонимные спонтанные ответы. В опросе приняли участие 97 студентов рязанских вузов преимущественно гуманитарных направлений подготовки (будущие юристы, экономисты, менеджеры и архитекторы).

Мы предложили следующие вопросы.

1. Приведите пример рекламного слогана.
2. Приведите пример афоризма, мема (заголовка подкаста), шутки (из СМИ или Интернета). Вспомни, над чем ты сегодня смеялся?
3. Всегда ли для понимания шутки нужна картинка или видео?
4. Знакомы ли вам понятия «каламбур», «языковая игра», «игра слов»?
5. Часто ли встречаете проявления языковой игры, каламбура в Интернете, СМИ, в непосредственном общении? Где чаще?

Отвечая на первый вопрос, 27 человек не привели пример рекламного слогана. В качестве примера слоган, содержащий языковую игру, вспомнили 13 человек. Чаще всего повторяются слоганы: «*Не тормози – сникерсни*», «*Пятерочка выручает*», «*Дикси. Просто. Рядом. По-соседски*», «*Ешь, пей, жуй Орбит*».

В ответ на второй вопрос 21 человек не привел никакого примера. Опрошенные вспомнили всего 19 выражений, содержащих языковую игру, среди них следующие.

1. Каламбур, основанный на омонимии общепотребительного слова и названия клея:
 - *Токсикоманы в своей жизни ценят каждый момент* (жанр не обозначен).
2. Каламбур, основанный на антонимии:
 - *Вовсе ты не плохой человек, ты хороший человек, с которым случалось много плохого (афоризм);*
 - *В театре теней главную роль играет осветитель.*
3. Игра с лексическим наполнением высказывания (стилевой контраст):
 - *Я правильно интерпретирую семантику вашего вопроса, но полностью игнорирую его суть;*
 - *Что, простите?*
 - *Мне пофиг, говорю.*

В ответе на вопрос чаще звучит название источника информации, чем конкретная фраза, содержащая шутку: «*анекдоты от Димы и Вити (долго писать их); шутки из юмористической программы на видеохостинге You Tube (юмористическое шоу с игрой слов)*». Упомянуты названия мемов: «*Хорошая работа, Олег*» (мем содержит комические ситуации, например, падение, опоздание и др.), «*Мармеладзе*» (название и мем содержат языковую игру на уровне словообразования). В Твиттере пользовался популярностью флешмоб, в котором звезды показаны как еда, их имена и фамилии ассоциировались с названиями продуктов питания, так, Валерий Меладзе стал Мармеладзе, Филипп Киркоров – Килькоровым, а Ольга Бузова – Арбузовой. Слово «Мармеладзе» стало одним из популярных трендов Твиттера [25].

Опрошенные упомянули мемы, содержащие примеры графической игры (комбинированный прием), их значение помогло понять короткие публикации в Интернете:

– *Очень приятно, когда покупаешь виноград, а в комплекте идет мягкая игрушка: киш-мышь;*
– *Мыш (кродеться).*

Один из абстрактных мемов, который добавляется к изображению любой мыши, либо к любому объекту, который крадется. Также возможны варианты с другими словами, похожие на оригинальную конструкцию. В этом случае *красться* может любая проблема или опасность [24]. Мем широко распространился в Интернете и стал очень популярен, его «постили» без всякого повода и отношения к дискуссии, просто с целью поделиться смешным изображением. Обязательным был только текст, написанный неграмотно и со вторым словом в скобках, на фоне некой картинке [26]. Мем использован одной из компаний сотовой связи в рекламных целях.

– *Смешной котенок, где написано ЪЪЪ.*

ЪЪЪ Сьука (Cursed Cat, Черный кот с руками) – мем с черным котом и пририсованными руками, который грозно говорит: «ъуъ сьука». Мем «ъуъ сьука» относится к категории абстрактных и не несет особой смысловой нагрузки. Но часто к нему добавляют дополнительные надписи. И тогда злой ругающийся кот становится реакцией на несправедливость и неприязни [27].

– *Чачка пипсов.*

Ради шутки или случайно люди переставляют буквы в словах, это случается с носителями разных языков (в английском языке это явление получило название «спунеризм», в русском – «метатеза», например, *очепятка*). В детских произведениях это может быть самым простым способом изобразить «шифр» или «иностранный язык», в некоторых случаях это наполняет известные слова и фразы новым смыслом [23]. Чаще всего цель такого мема – просто посмеяться, комический эффект.

Рассмотренные примеры показывают, что мем, содержащий графическую игру, постепенно приобретает абстрактное значение или обесмысливается. Развитие современной техники меняет механизм восприятия юмора. Все чаще шутка связана не только со словесным, но и со зрительным образом. 7

человек из опрошенных сказали о том, что для понимания шутки всегда нужна картинка. Большая часть опрошенных сообщила, что это требуется иногда.

96 человек знакомы с понятиями «каламбур», «языковая игра», «игра слов». Студенты считают, что в наибольшей степени языковая игра распространена в Интернете (63 человека) и непосредственном общении (27 человек). 10 человек отметили СМИ. В итоге 97 человек вспомнили 32 случая языковой игры, отступление от языковой нормы сохранилось в их сознании. Можно сказать, что в одной трети случаев рекламный слоган или юмористическое высказывание достигли цели, воздействуя на сознание реципиента, что показывает значительную возможность искажения языковой нормы.

Выводы

В последние десятилетия XX века усилилась экспрессивно-эмоциональная функция современного языка. По мнению В.Н. Шапошникова, «имеет место речевая игра, которая является частью языкового содержания, но не усиливает, а вытесняет логико-предметную компоненту и не всегда способствует таким качествам речи, как ясность и четкость, а также не всегда усиливает и выразительность речи» [19, с. 256]. Эта тенденция становится заметнее с развитием различных возможностей массовой коммуникации. Языковая игра реализуется как тип речевого поведения и часто является орудием борьбы за читателей, зрителей и подписчиков.

Условия восприятия информации заставляют объединить представление о языке СМИ, рекламы и популярных жанрах (форматах) Интернета, где наблюдаются противоположные тенденции – стремление проявить речевое мастерство и упрощение, формализация общения. В социальных сетях и микроблогах возникает особая модель общения, основанная на изменении представления о публичности и непубличности. Языковая игра получила широкое распространение во всех этих сферах. Она выполняет функции создания комизма, экспрессии и оценочности, служит средством самопрезентации через достижение стилистического эффекта. В языковой игре отражены ценностные установки общества, в современном медиадискурсе она стала важной жанровой составляющей.

В условиях постоянного применения языковой игры возникает вопрос о силе ее воздействия на сознание говорящего. Ученые утверждают, что возникает деавтоматизация восприятия знака, создается впечатление зыбкости языковой системы. Всему этому противопоставлены индивидуальные возможности человека.

Опрос показал, что конкретные проявления языковой игры запомнила одна треть респондентов. Обозначилась тенденция к изменению восприятия юмора. Языковая шутка лучше воспринимается и запоминается в соседстве с изображением, в этой ситуации используются возможности нескольких знаковых систем. Это подтверждает функционирование мема, при этом некоторые мемы приобретают абстрактное значение.

В СМИ и Интернете можно наблюдать активизацию и развитие ряда приемов языковой игры, напри-

мер, обыгрывание прецедентных феноменов и графической игры. Языковая игра на уровне фонетики и словообразования перерастает в создание нового языка. Получают распространение приемы языковой игры, содержащие резкое отступление от языковой нормы или стандарта, вызывающее запоминание ошибки и впечатление неустойчивости языковой системы, а также приемы, показывающие различные грани языковых единиц (каламбур, рифмовка и др.). Таким образом, оценить воздействие языковой игры

на культуру речи невозможно без качественного анализа типичных приемов, также следует учитывать форму реализации (устная, письменная), способы введения, опосредованность проявления, выполнение художественно-эстетического задания, специфику речевого жанра.

Конфликт интересов

Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Библиографический список

1. Витгенштейн Л. Избранные работы / пер. с нем. и англ. В. Руднева. М. : Территория будущего, 2005. 440 с.
2. Выровцева Е.В., Щеглова Е.А. Языковая игра как средство комического в современном медиадискурсе // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2021. Т. 43, № 1. С. 31–40.
3. Гридина Т.А., Талашманов С.С. Языковая игра в современной интернет-коммуникации : метаязыковой аспект // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 31–37.
4. Дементьев В.В. О некоторых содержательноцентричных тенденциях в современной отечественной лингвистике // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 72. С. 42–74.
5. Земская Е.А. Взаимодействие нормы и узуса в русском языке рубежа XX–XXI вв. (на материале словообразования) // Русский язык сегодня. 2006. Вып. 4. С. 223–231.
6. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Ширяев Е.Н. Русская разговорная речь. М., 1981. 275 с.
7. Игнатъева Т.В. Языковая игра в художественной литературе (на материале русской прозы XX века) : дис. ... канд. филол. наук. Вологда, 2012. 188 с.
8. Ильясова С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М. : Флинта, 2009. 296 с.
9. Кияшко Л.В. Языковая игра как способ развития языковой компетенции // Научная мысль Кавказа. 2008. № 4. С. 149–143.
10. Книга Ю.А. Языковая игра как средство самопрезентации в интернет-дискурсе (на материале постов социальной сети twitter) // Вестник курганского государственного университета. 2019. № 1 (52). С. 90–94.
11. Клушина Н.И. О городской речевой среде // Русская речь. 2017. № 1. С. 60–63.
12. Коршунова А.В. Языковая игра в рекламном слогане (на материале английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2007. 22 с.
13. Крылов Ю.В., Стеклова Т.И. Новые жанры интернет-коммуникации (на примере демотиватора и мема) // Жанры речи. 2020. № 1 (25). С. 53–61.
14. Маринова Е.В. Траектория развития сетевых жанров // Медиалингвистика. Вып. 9 Язык в координатах массмедиа : мат-лы VI Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: Медиапир, 2022. С. 629–632.
15. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. М. : Флинта; Наука, 1998. 310 с.
16. Приорова И.В. Поговорим о странностях игры... : учебно-методическое пособие. Астрахань : Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2014. 70 (1) с.
17. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). М. : Лабиринт, 2006. 256 с.
18. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М. : Флинта; Наука. 2003. 696 с.
19. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-х : современная Россия в языковом отображении. М., 2010. 280 с.
20. Шилихина К.М. Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 218–225.
21. Ягодкина М.В. Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб, 2009. 31 с.
22. Янченкова И.С., Карпова А.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ // Journal Collection Of Scientific Works Of Krasnodar The Humanities. 2018. № 2 (32). С. 64–70.
23. Береставляет пуквы // Neolurk. URL: http://neolurk.org/wiki/Береставляет_пуквы, <https://news.myseldon.com/ru/news/index/221252766> (дата обращения: 10.09.2022).
24. Гараев Э. Мыш (кродеться) // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/mysh-krodyotsya/> (дата обращения: 10.09.2022).
25. Кривец Н. Мармеладзе, Арбузова и Колбасков: звезды стали едой в безумном флешмобе // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/marmeladze-arbuzova-i-kolbaskov-zvezdy-stali-edoj-v-bezumnom-fleshmobe/> (дата обращения: 10.09.2022).
26. Мыш (кродеться) // Neolurk. URL: [http://neolurk.org/wiki/Мыш_\(кродеться\)](http://neolurk.org/wiki/Мыш_(кродеться)) (дата обращения: 10.09.2022).
27. Откуда взялся мем «ЪУЪ Съука» // Pikabu.ru. URL: https://pikabu.ru/story/otkuda_vzyalsya_mem_u_suka_6644748 (дата обращения: 10.09.2022).

References

1. Vitgenshtein, L. (2005) Izbrannye raboty [Selected works]. Translated from German and English by Rudnev, V. Moscow, Territoriya budushchego publ. 440 p. (in Russian)
2. Vyrov'tseva, E.V., Sheheglova, E.A. (2021) Language Game as a Comic Means in Modern Media Discourse. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 43 (1), 31–40. DOI: 10.15393/uchz.art.2021.565 (in Russian)
3. Gridina, T.A., Talashmanov, S.S. (2019) Language Game in Modern Internet Communication: Metalinguistic Aspect. *Political Linguistics*. 3 (75), 31–37. DOI 10.26170/pl19-03-03 (in Russian)
4. Dement'ev, V.V. (2021) About Some Content-Centric Trends in Modern Russian Linguistics. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. (72), 42–73. DOI: 10.17223/19986645/72/3 (in Russian)
5. Zemskaya, E.A. (2006) Vzaimodeistvie normy i uzusa v russkom yazyke rubezha XX–XXI vv. (na materiale slovoobrazovaniya) [Interaction of Norm and Usus in the Russian Language at the Turn of the XX–XXI Centuries (Based on the Material of Word Formation)]. *Russkii yazyk segodnya*. (4), 223–231. (in Russian)
6. Zemskaya, E.A., Kitaigorodskaya, M.V., Shiryayev, E.N. (1981) Russkaya razgovornaya rech'. [Russian spoken language]. Moscow. 275 p. (in Russian)
7. Ignat'eva, T.V. (2012) *Yazykovaya igra v khudozhestvennoi literature (na materiale russkoi prozy XX veka)*. Diss. kand. filol. nauk [Language game in fiction (based on Russian prose of the 20th century): dissertation of the candidate of philological sciences]. Vologda. 188 p. (in Russian)
8. Il'yasova, S.V. (2009) *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* [Language game in the communication space of media and advertising]. Moscow, Flinta. 296 p. (in Russian)
9. Kiyashko, L.V. (2008) Yazykovaya igra kak sposob razvitiya yazykovoi kompetentsii [Language Game as a Way of Development Language Competency]. *Nauchnaya mysl' Kavkaza*. (4), 149–143. (in Russian)
10. Kniga, Yu.A. (2019) Yazykovaya igra kak sredstvo samoprezentatsii v internet-diskurse (na materiale postov sotsial'noi seti twitter) [Language Play as a Means of Selfpresentation in Internet Discourse (on the Material of Posts on the Social Network Twitter)]. *Vestnik kurganskogo gosudarstvennogo universiteta*. 1 (52), 90–94. (in Russian)
11. Klushina, N.I. (2017) O gorodskoi rechevoi srede [About Urban Speech Environment]. *Russkaya rech'*. (1), 60–63. (in Russian)
12. Korshunova, A.V. (2007) *Yazykovaya igra v reklamnom slogane (na materiale angliiskogo yazyka)*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Language game in the advertising slogan (on the material of the English language). Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Belgorod. 22 p. (in Russian)
13. Krylov Yu.V., Steksova T.I. (2020) New Genres of Internet Communication (based on Demotivators and Memes). *Speech Genres*. 1 (25), 53–61. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-1-25-53-61> (in Russian)
14. Marinova, E.V. (2022) The Trajectory of the Development of Network Genres *In: Duskaeva, L.R. (ed.) VI International Scientific Conference (St. Petersburg, June 30, July 2, 2022)*. St. Petersburg, Mediapapir publ., pp. 629–632. (in Russian)
15. Pedagogicheskoe rechevedenie. Slovar'-spravochnik (1998) [Pedagogical speech. Dictionary-reference book]. Moscow, Flinta, Nauka publ. 310 p. (in Russian)
16. Priorova, I.V. (2014) Pogovorim o strannostyakh igry... [Let's talk about the oddities of the game...]. Astrakhan, Astrakhanskii gosudarstvennyi universitet, Izdatel'skii dom «Astrakhanskii universitet». 70 p. (in Russian)
17. Propp, V.Ya. (2006) *Problemy komizma i smekha. Ritual'nyi smekh v fol'klore (po povodu skazki o Nesmeyane)* [Problems of comism and laughter. Ritual laughter in folklore (about the tale of Nesmeyana)]. Moscow, Labirint publ. 256 p. (in Russian)
18. *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka* (2003) [Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language]. Moscow, Flinta, Nauka publ. 696 p. (in Russian)
19. Shaposhnikov, V.N. (2010) *Russkaya rech' 1990-kh: sovremennaya Rossiya v yazykovom otobrazhenii* [Russian Speech of the 1990s: Modern Russia in Language Display]. LIBRIKOM publ. 280 p. (in Russian)
20. Shilikhina, K.M. (2018) Lexical Markers of the Online Communication Genres. *Speech Genres*. 3 (19), 218–225. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-218-225 (in Russian)
21. Yagodkina, M.V. (2009) *Yazyk reklamy kak sredstvo formirovaniya virtual'noi real'nosti*. Avtoref. diss. d-ra filol. nauk [Advertising language as a means of shaping virtual reality. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. St. Petersburg. 31p. (in Russian)
22. Yanchenkova, I.S., Karpova, A.V. (2018) Language Play in Mass-Media Communicative Space. *Jurnal Collection Of Scientific Works Of Krasec The Humanities*. 2 (32). 64–70 p. (in Russian)
23. *Berestavlyayet pukvy. Neolurk*. Available from: http://neolurk.org/wiki/Berestavlyayet_pukvy, <https://news.myseldon.com/ru/news/index/221252766> [Accessed 10th September 2022]. (in Russian)
24. Garaev, E. Mysh (krodet'sya). Memepedia. Available from: <https://memepedia.ru/mysh-krodyotsya/> [Accessed 10th September 2022]. (in Russian)
25. Krivets, N. Marmeladze, Arbuzova i Kolbaskov: zvezdy stali edoi v bezumnom fleshmobe. Memepedia. Available from: <https://memepedia.ru/marmeladze-arbuzova-i-kolbaskov-zvezdy-stali-edoj-v-bezumnom-fleshmobe/> [Accessed 10th September 2022]. (in Russian)
26. Mysh (krodet'sya). Neolurk. Available from: [http://neolurk.org/wiki/Mysh_\(krodet'sya\)](http://neolurk.org/wiki/Mysh_(krodet'sya)) [Accessed 10th September 2022]. (in Russian)
27. Otkuda vzyalsya mem «""U"" S"uka». Pikabu.ru. Available from: https://pikabu.ru/story/otkuda_vzyalsya_mem_u_suka_6644748 [Accessed 10th September 2022]. (in Russian)

Поступила в редакцию 18.11.2022

Подписана в печать 28.03.2023

Original article
UDC 821.161.1
DOI 10.47438/2309-7078_2023_1_197

PERCEPTION OF THE LANGUAGE GAME IN MEDIA DISCOURSE

Tatyana V. Ignatieva¹

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia¹
Ryazan, Russia*

¹*Docent of the Department of Foreign Languages,
e-mail: Ignatjeva.ryazan@yandex.ru*

Abstract. The language game expresses the mood of society and the way in which reality is assessed. About 10 years ago, the question was raised about the dangers of the widespread use of the language game. Currently, language play is considered a necessary element of media discourse, since it allows you to save a certain layer of information, becomes a means of self-presentation. Language play is seen as a type of speech behavior implemented in media, advertising, and the Internet.

Based on the study of research papers, the techniques of the language game most actively used in the media resource (playing off precedent phenomena, graphic game) are determined. There is interaction of various formats, manifested in the unity of the information field of the language personality. The results of an experiment conducted among university students in order to determine the peculiarities of the perception of the language game in the media discourse are described. The experiment confirmed the effectiveness of the impact of a graphic game, as well as combining the capabilities of several sign systems in a language game. The novelty of the work is in a comprehensive approach to the analysis of the phenomenon of language play in the media discourse and the peculiarities of its perception by the linguistic consciousness of modern Russian speakers

Key words: language game, language norm, language situation, speech culture, media discourse.

Cite as: Ignatieva, T.V. (2023) Perception of the language game in media discourse. *Izvestia Voronezh State Pedagogical University*. (1), 197–203. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.47438/2309-7078_2023_1_197.

Received 18.11.2022

Accepted 28.03.2023