

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra slavistiky

JAZYKOVÁ HRA V TITULCÍCH RUSKÝCH A ČESKÝCH NOVIN

LANGUAGE PLAY IN THE HEADLINES OF RUSSIAN AND CZECH NEWSPAPERS

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЗАГОЛОВКАХ РУССКИХ И ЧЕШСКИХ ГАЗЕТ



Bakalářská diplomová práce

Autor: **Anna-Liza Mironova**
Vedoucí práce: **Mgr. Mariia Dobrova, Ph.D.**

Olomouc
2023

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „*Jazyková hra v titulcích ruských a českých novin*“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Olomouci dne 29.6.2023

Podpis

Děkuji Mgr. Marii Dobrovové, Ph.D., za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní bakalářské diplomové práce poskytla.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	7
1.1. Язык средств массовой информации.....	7
1.1.1. Заголовок как элемент газетного текста.....	9
1.1.2. Функции газетного заголовка	11
1.2. Языковая игра как элемент языка средств массовой информации	13
1.2.1. Понятие языковой игры	13
1.2.2. Функции языковой игры	15
1.3. Виды языковой игры.....	18
1.3.1. Фонетическая языковая игра	18
1.3.2. Графическая языковая игра	19
1.3.3. Морфологическая языковая игра.....	21
1.3.4. Синтаксическая языковая игра	22
1.3.5. Словообразовательная языковая игра	24
1.3.6. Лексическая языковая игра	26
1.3.7. Языковая игра с семантикой.....	29
1.3.8. Стилистическая языковая игра	30
ГЛАВА 2. Языковая игра в заголовках русских и чешских газет и её особенности ..	32
2.1. Введение в анализ исследуемого материала	32
2.2. Реализация фонетической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках	33
2.3. Реализация графической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках.....	35
2.4. Реализация морфологической ЯИ в русских газетных заголовках.....	38
2.5. Реализация синтаксической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках	39
2.6. Реализация словообразовательной ЯИ в русских и чешских газетных заголовках.....	41
2.7. Реализация лексической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках	43
2.8. Реализация ЯИ с семантикой в русских и чешских газетных заголовках	51
2.9. Реализация стилистической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
RESUMÉ.....	56
Список литературы:.....	60
Приложения	63

ВВЕДЕНИЕ

Языковая игра всегда была неотъемлемой частью языковых процессов, возникающих в речи. Способы языковой игры, возникающие в средствах массовой информации, очень разнообразны. В настоящее время сложно представить нашу жизнь без средств массовой информации. Слова – лучший способ повлиять на мышление человека. Заголовки используются для общения между людьми и СМИ. С помощью интересных заголовков, слоганов СМИ авторы стремятся привлечь внимание своих читателей. Это доказывает, что языковая игра уже стала неотъемлемой частью СМИ, а также жизни людей. Современные СМИ обеспечивают людей информацией о событиях, происходящих в нашем мире, что способствует формированию мнения о данном предмете сообщения. Кроме информационной функции, средства массовой информации непосредственно влияют на читателя, на его мировоззрение и мышление. В связи с этим новостные источники часто создают дезинформацию, манипулируя читателем и оказывая на него негативное влияние.

Цель данной дипломной работы - показать, как языковая игра проявляется в современных заголовках русских и чешских СМИ и как она воздействует на читателя. Мы проанализируем виды языковой игры, сравним чешские и русские заголовки и определим количественность языковой игры в русском и чешском языках. Объектом нашей работы являются собранные заголовки из современных солидных русских и чешских газет, в которых содержится языковая игра. Мы будем использовать лингвистический материал из самых читаемых газет в России и Чехии, чтобы понять актуальную ситуацию влияния СМИ на людей. Также материал будет взят из газетных интернет-архивов 2021–2022 годов для углублённого анализа игры слов в СМИ.

Дипломная работа состоит из двух частей - теоретической и практической. Первая глава посвящена языку СМИ, характеристике языка СМИ и его особенностям. Средства массовой информации используют языковую игру в заголовках как эффективный приём с целью вызвать эмоции или привлечь внимание своего реципиента. Поэтому во второй главе нами будет рассмотрено понятие языковой игры и ее функции. В третьей главе теоретической части мы представим виды языковой игры, основываясь на классификацию В. З. Санникова.

Заключительная глава данной дипломной работы будет посвящена практической части, в которой нами будет проведён анализ реализации языковой игры

в газетных заголовках в российском и чешском медиапространстве. В практической части мы сосредоточимся на анализе приёмов языковой игры на всех лингвистических уровнях в отобранных заголовках российских и чешских газет.

В конце, будут подведены итоги исследования: сопоставительный аспект языковой игры, квантитативный и квалитативный анализ видов языковой игры. Также, мы проанализируем какое медиа пространство влияет в большей степени на читателя: чешское или российское, опираясь на насыщенность и концентрированность языковой игры в ежедневных русских и чешских газетах.

Работа предлагает более глубокое понимание влияния языковой игры в привлекающих внимание заголовках, позволяя читателям улучшить свою грамотность через изучение процессов её образования в тексте, с которым они сталкиваются в своей повседневной сетевой жизни часто даже не осознавая этого.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Язык средств массовой информации

Сегодня средства массовой информации все больше влияют на современную речевую ситуацию: новостные источники формируют мышление и мировоззрение людей, имеют сильное влияние на восприятие мира человеком. В настоящее время язык СМИ часто встречается именно в электронных медиа. Электронные медиа – это новые медиа, которые представляют собой совокупность онлайн-технологий для передачи информации [Шестёркина, Борченко 2014, с.109]. Они включают в себя интернет-сайты, социальные сети, видеохостинги, подкасты, цифровые журналы и газеты, мобильные приложения и другие форматы, которые доступны через цифровые устройства, такие как компьютеры, смартфоны и планшеты. Современная газета уже представлена не только в печатной версии, но также и в цифровом варианте в связи с развитием цифровых технологий. Конечно, традиционная газета до сих пор сохраняет свою аудиторию, но электронные медиа предоставляют новые возможности для распространения новостной информации [Рахматулина 2022, с.92].

Язык СМИ представляет собой внутриязыковую систему, используемую в газетах, радио и телепередачах, на интернет-сайтах, определяемую специфическим употреблением языковых средств [Давыдова 2011, с.94].

Длительное изучение учёными стиля газеты, новостей и, в целом, функционирования языка в медиатекстах привело к созданию отдельной лингвистической дисциплины – медиалингвистики. «Медиалингвистика занимается изучением всей сложностью структуры текстов СМИ» [Татаринов 2007, с.15]. В связи с тем, что средства массовой информации формируют мышление и влияют на оценку внешнего мира, то с помощью медиатекстов создаётся общественное мнение, которое может образовать поле пропаганды.

Т.Г. Добросклонская определяет медиадискурс как совокупность лингвистических процессов и их взаимодействие в сфере массовой коммуникации, взаимодействие адресанта с адресатом, где канал коммуникации между ними – это медиатекст [Добросклонская 2006, с.21-22]. С. И. Сметанова рассматривает медиадискурс «как тексты СМИ, взятые в событийном аспекте, в совокупности с

экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными факторами» [Сметанова 2002, с.10]. Таким образом, медиадискурс – это процесс передачи и воздействия на читателя при помощи медиатекстов, в котором заложены определенные воздействующие лингвистические особенности.

Необходимо различать понятия «медиадискурса» и «языка СМИ», так как именно медиадискурс рассматривается как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Стеценко 2011, с.376], что касается определения языка СМИ, то в первую очередь, язык СМИ является объектом изучения медиалингвистики [Петрова 2013, с.2], кроме того «это весь корпус текстов, производимых и распространяемых средствами массовой информации» [Давыдова 2011, с.94].

Говоря о развитии электронных медиа, стоит выделить изменения в стиле языка современной газеты. Г.Я. Солганик пишет, что газета стремится уйти от сухого официально-книжного стиля, поэтому она обращается к сниженным и нелитературным лексическим единицам, обладающим значительными стилистическими ресурсами и оживляющим газетную речь [Солганик 2008, с. 473-474].

Немалую роль в языке газеты играет экспрессивность, которая выражается при помощи множества приёмов: смешения паронимов, омонимов, использования аллегорий, каламбуров, парадоксов, нарушения грамматических, синтаксических и лексических норм. Следует отметить, что языку газеты всегда была свойственна выразительность, а использование разговорных и жаргонных слов не является новым феноменом. Несмотря на это есть лингвисты, которые считают, что в связи с динамичным развитием экспрессивности языка современной газеты, его изучению необходимо уделить особое внимание. А.П.Сковородников и Г.А. Копнина пишут, что жаргонизмы или разговорная лексика в современной газете могут использоваться как средства для создания новых стилистических фигур, при этом мы можем наблюдать не только окказиональное употребление этих языковых единиц в современной газете, но их чрезмерную выразительность, которая меняет языковой статус, так что осуществляется переход в экспрессивный слой разговорной лексики и фразеологии литературного языка [Сковородников, Копнина 2008, с.521-522].

А. Н. Васильева отмечает, что газете принадлежит особая роль в средствах массовой информации в связи с её многоплановостью и широким диапазоном использования речевых средств в тексте [Васильева 1982, с.7-8]. Несомненно, для современной газеты характерна высокая экспрессивность, а также оценочность, которая проявляется в своей тенденции использованию речевых приёмов в контексте языковой игры [Сковородников, Копнина 2008, с.529]. К примеру, для газетных заголовков языковая игра является частым элементом, который помогает современной газете привлечь читателя и при этом воздействовать на него как с психологической стороны, так и с эстетической.

К тенденциям в современных СМИ Т.Г. Добросклонская относит:

- 1) тенденцию к размыванию чётких стилевых границ;
- 2) распространение норм разговорного стиля в базовом корпусе медиаречи;
- 3) тиражирование ошибочного речеупотребления (неправильное ударение, грамматические ошибки, неверная сочетаемость);
- 4) снижение речевой нормы за счёт употребления в СМИ жаргонизмов, ненормативной лексики и т. д. [Добросклонская 2008, с.14].

С быстрым темпом развития интернета в разговорную речь русского языка стало проникать все больше слов, которые изначально были использованы лишь в языке СМИ. Тем самым язык СМИ во многом начал формировать литературные нормы, языковые вкусы и общественное мнение, касающееся многих сфер жизни: политики, спорта, культуры [Там же, с.19].

1.1.1. Заголовок как элемент газетного текста

Заголовок является неотъемлемой частью текста любой новостной статьи, которая задаёт тон всего информативного сообщения. А. Э. Лазарева характеризует заголовок как «элемент, выполняющий функцию называния произведения, являющийся его знаком» [Лазарева 1993, с.110]. Словари определяют заголовок как «целостную единицу речи, которая является обязательной частью текста и имеет в нём фиксированное положение перед и над текстом» [Иванова, Сковородникова, Ширява 2003, с.188], «название небольшого произведения, статьи» [Ожегов 2000], «важнейшее средство рубрикации и элемент структурной формализации, отражающий тематику и основную идею выделенной части документа в предельно сжатой, краткой и лаконичной форме; выступает как важная единица

сообщения, передающая определенную информацию» [Нелюбин 2003, с.54]. Н. А. Кожина характеризует заголовок как «языковую единицу, соотносимую с текстом как целым. Заглавие стоит на границе текста и не-текста, что приводит к тому, что в нем одинаково сильны и внешние и внутренние начала. Внешней стороной заглавие представляет текст в культурно-историческом мире, внутренней – обращено к тексту» [Кожина 1986, с. 58]. С. М. Гуревич также называет заголовок в газете неотъемлемым элементом её текста, с помощью которого читатель может быстро ознакомиться с содержанием номера, поймёт о чём сообщают в публикации, что важно в информации, которую ему предлагают, что представляет для него особый интерес [Гуревич 2004, с.125]. Заголовок вызывает у читателя желание прочитать статью полностью или же пройти мимо неё. Именно удачно подобранный яркий заголовок, привлёкший читателя своим содержанием и формой, мотивирует его узнать об этой теме более подробно.

Таким образом, заголовок является одновременно и языковым компонентом, соединённым с текстом, и отдельной языковой единицей, стоящей «над» текстом и передающей тематику содержания статьи, выполняя при это одну из главных функций публицистического стиля – воздействие на читателя.

Э.А Лазарева отмечает, что взаимоотношения заголовка и текста имеют двойственную связь, с одной стороны, заголовок передаёт содержание текста, является его композиционным элементом, непосредственно с ним связан по теме, идее, проблематике, но при этом выполняет и роль посредника между читателем и текстом, в этом случае находясь вне текста и действуя самостоятельно [Лазарева 1989, с. 3].

Из вышеприведённых определений можно сделать вывод, что понимание газетного заголовка как объекта исследования не является однозначным: некоторые учёные считают, что текст и заголовок — это единая взаимодействующая между собой система, где заголовок – название этого текста, его целостный компонент, отображающий его смысловую наполненность, при этом другие подчёркивают, что заголовок может обладать самостоятельностью от текста, являться отдельным воздействующим элементом на читателя, так чтобы он прочитал текст полностью.

1.1.2. Функции газетного заголовка

Разновидности функций газетного заголовка и их типология являются обсуждаемой темой среди лингвистов. Исследованием структуры заголовков в публицистике, а также их функций занимались такие исследователи, как А. С. Попов, В.С. Мужев, Л.А. Ноздрина, И.Э. Турчинская, Э. А. Лазарева, А. П. Бессонов, Р. Гальперин, Г.О Винокур и др., каждый из которых приводит разное количество и набор функций заголовков газетных статей.

Так, А. С. Попов причисляет к основным функциям газетного заголовка номинативную, информативную и рекламную функции. О номинативной функции говорится как об основной функции, без неё заголовки и вовсе не могут существовать, так как он, в первую очередь, обязан «называть, обозначить статью, выделяя ее среди других» [Попов 1966, с.96]. Информативная функция заключается в передаче содержания текста и смысла статьи. Рекламная функция появляется у заголовка, имеющего задачу привлечь внимание читателя к содержанию статьи при помощи нестандартного изображения текста, его новой формы и графики или же его эмоциональности, проявляющейся в нестандартном синтаксисе предложения. Эти функции выделяют также Г.О Винокур, В. П. Вомперский, Э. А. Лазарева, В.С. Мужев. В.П. Вомперский в рамках рекламной функции выделяет также экспрессивную, графически-выделительную и воздействующую функции. Графически-выделительная функция служит для ограничения одного заголовка от другого на полосе газеты, экспрессивная – передаёт характер автора, его эмоциональность, реализует его творческий потенциал. Воздействующая функция проявляется в способности читателя реагировать на содержание текста заголовка [Вомперский 1966, с.84]. Э. А. Лазарева воздействующую функцию определяет как функцию прагматическую, формирующую определенную реакцию у реципиента при помощи игры слов, метафор, фразеологизмов и способствующую формированию у читателя положительной или отрицательной оценки [Лазарева 1989, с. 60].

Газетный заголовок должен привлекать внимание адресата, создавая заинтересованность в теме содержания текста, интриговать его, побуждать прочесть статью целиком. О. Ю. Богданова утверждает, что заголовок представляет собой имя текста, его лицо, выражающее самое главное или загадочное в тексте [Богданова 2007, с. 116]. Таким образом, одновременно заголовок является полноценным компонентом текста и при этом должен стоять «над» ним, передавая тематику содержания статьи и

выполняя при это одну из главных функций публицистического стиля – воздействие на читателя.

В.С. Мужев причисляет к основным номинативную, информативную, экспрессивно-апеллятивную, рекламную и разделительную функции газетного заголовка [Мужев 1970, с. 89]. Номинативная функция заголовка заключается в передаче темы текста и его именовании. Информативная функция выполняет задачу информирования читателя и донесения до него ключевой информации, содержащейся в тексте. Выявление рефлексии читателя на содержимое текста, вызывающего у него определенные эмоции, связано с экспрессивно-апеллятивной функцией. Текст заголовка, выполняя экспрессивно-апеллятивную функцию, может спровоцировать у читателя как негативные, так и позитивные эмоции. Рекламная функция проявляется в случае привлечения внимания читателя: заголовок должен заинтересовать человека, чтобы ему хотелось продолжить чтение и узнать подробности этой новости. Под разделительной функцией, выделяемой и другими исследователями, В.С. Мужев понимает способность заголовков отличаться друг от друга, а также иметь разную степени выразительности. По его мнению, все функции заголовков взаимодействуют между собой и дополняют друг друга: они должны быть связаны между с собой для эффективного результата. «Рассмотренные нами пять функций заголовка взаимосвязаны. Между ними наблюдается борьба и взаимодействие. Каждая из них по-разному влияет на форму заголовка, по-разному выражена в нем. Преобладание одной функции влечёт уменьшение роли другой или даже ее отсутствие. Наличие и относительная важность этих функций в заголовке в разной степени зависят от стиля речи и вида публикации. Заголовок может выражать любую совокупность функций: от всех пяти до одной» [Мужев 1970, с. 91].

Л. А. Ноздрин к главным функциям газетного заголовка относит номинативную, информативную, экспрессивную, апеллятивную, рекламную, конспективную, разделительную (делимитирующую) функции и функцию убеждения и отмечает то, что, даже несмотря на взаимодействие функций между с собой, каждая из функций может выходить на первый план в зависимости от функционального стиля и жанра текста [Ноздрин 1982, с. 186]. К такому же выводу приходит Э. И. Турчинская, отмечая, что первая функция заголовка сообщает читателю, чего стоит ожидать от текста, и создаёт первостепенную картину о стиле и жанре текста. Вторая

функция передаёт читателю информацию о содержании текста, третья же побуждает его изучить данный текст более подробно [Турчинская 1984, с.52].

Необходимо понимать, что исследователи по-разному воспринимают заголовок: некоторые его считают самостоятельной лингвистической единицей (в газетно-публицистических текстах), другие настаивают на том, что он неотъемлемо связан с текстом и взаимодействуют с ним. Об этой двойственности заголовка пишет Г.Г. Хазарегов, разделяя все функции заголовка на две группы: автономную и обусловленную. Автономность заголовка заключается в его самостоятельности и выразительности, а обусловленность заголовка передаёт тон и характер статьи [Хазарегов 1984, с.24].

Как мы видим, не существует единой стандартизированной классификации функций заголовков. Для дальнейшего анализа заголовков СМИ в данной работе мы решили остановиться на классификации В. С. Мужева, так как предложенная им типология функций наиболее подходит газетному жанру публицистических текстов. При этом мы добавим в классификацию воздействующую функцию, так как кроме уже приведённых ниже функций, она является основной для медиатекстов. Таким образом, в работе будет рассмотрен следующий набор функций: номинативная функция, информативная функция, экспрессивно-апеллятивная функция, воздействующая функция, рекламная функция, графически-выделительная функция.

1.2. Языковая игра как элемент языка средств массовой информации

1.2.1. Понятие языковой игры

Самое понятие «игра» можно определить как «другую грань действительности, выход за границы обычного хода вещей, часть некой экологии души, это предоставление человеку возможности творить, уходить из глубины своих чувств, отвернуться от себя, забитого работой и заботами повседневности» [Леванова 2008, с.213]. Во время игры человек моделирует различные ситуации, просчитывает возможные варианты исхода, это помогает ему расширять границы мышления и же выходить за его рамки. Играя, человек способен находить новые способы самовыражения и выходы из различных ситуаций [Там же, с.212].

Понятие «языковая игра» ввёл Л. Витгенштейн, утверждая, что применение языковой игры – это способ реализации непосредственно языком коммуникативной, экспрессивной и аппелятивной функций [Степанова 2011, с.114]. Д.И. Рудненко и В. В. Прокопенко говорят о языковой игре как о процессе создания с помощью языка нового мира, в котором человек сам создаёт свой реальность, отходя от действительности [Рудненко, Прокопенко 1995, с.41].

С точки зрения лингвистики языковая игра представляет собой словесную игру, которая происходит на разных лингвистических уровнях и создаётся непосредственно для воздействия на реципиента. В. З. Санников даёт следующее определение языковой игре: «языковая игра — это некоторая языковая неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая» [Санников 2002, с.23].

Языковая игра также должна быть эстетичной и вызывать у читателя неоднозначность, т. е. читатель должен наслаждаться собственным остроумием и вниманием к деталям, при этом языковая игра также реализует свою задачу рассмешить читателя [Норман 2006, с.7-8].

С. В. Ильясова и Л.П. Амири говорят о том, что при попытке сформулировать определение языковой игры могут возникнуть трудности, так как сама языковая игра не может существовать без человека, она является неотъемлемой частью его деятельности и культуры, реализуется из его мировоззрения. На основе этого формируется следующее понятие: «языковая игра – определенный тип речевого поведения человека, сознательно нарушающего системные нормы языка, но при этом языковая игра является способом выражения личности человека средствами языками» [Ильясова, Амири 2009, с.32].

Об этом также говорит С.Ж. Нухов, рассуждая о языковой игре как о «форме речевого поведения человека, при которой языковая личность, реализуя свои лингвокреативные способности, демонстрирует свой индивидуальный стиль» [Нухов 1997, с.137]. На сложности определения понятия «языковая игра» указывает и Л. Степанова, приводя примеры определений, отличающиеся друг от друга: если же Б.Ю. Норман и В.И. Шахоловский говорят о языковой игре как о нетрадиционном, неканоническом использовании языка, как о оригинальном применении и проявлении творчества в языке, то Т.А. Гридина полагает, что процесс языковой игры происходит

на опоре языкового стереотипа, когда происходит нарушение стандартной формы в языке, что компенсируется уже новым восприятием данным лингвистическим приёмом [Степанова 2011, с.115-116].

1.2.2. Функции языковой игры

К функциям языковой игры В. З. Санников относит следующие: языкотворческую, развлекательную, психотерапевтическую, а также маскировочную функции [Санников 2002, с.26-27].

Протекание языкотворческой функции зависит от креативности и разнообразия вербального мышления человека. Данная функция реализуется за счёт создания новых окказиональных слов и обогащения ими словарного запаса языка. В качестве примеров, где данная функция проявляется, приводятся следующие: «филантроп», «инфарктерии», «дедство», «оператявка» [Санников 2002, с.166-167]. Обогащение происходит в процессе анализа языковой игры и определения взаимосвязей адресатом, так что можно сказать, что языкотворческая функция связана с когнитивной функцией языка. Данный тезис также рассматривает Е. Ф. Болдарева, основываясь на том, что языковая игра действительно развивает мыслительную активность и при этом сама является результатом умственного возбуждения человека [Болдарева 2002, с.116].

Психотерапевтическая функция связана напрямую с желанием человека самоутвердиться за счёт успешной реализации языковой игры. «Развлекательная функция языковой игры связана с созданием определенного комфорта, душевной радости как защитных механизмов» [Болдарева 2002, с.92].

Маскировочная функция проявляется в отношении говорящего и адресата в соответствии с принятыми ими договорённостями, которые позволяют им выйти за рамки дозволенного культурой языка [Там же 2002, с.27]. Говорящий с помощью языковой игры «прячет» в ней зашифрованный двойственный смысл, при этом стараясь замаскировать грубость высказывания и делая его более вежливыми. В виде примера О.Ю. Ковыляева использует каламбур: «Ну вот опять в политику пришла Женщина с Косой» [Ковыляева 2015, с.58], то есть в словосочетании женщина с косой маскируется метафорическое значение символа смерти.

Об этом явлении также пишет Болдарева, отмечая, что одной из особенностей языковой игры является её способность сглаживать негативные эмоции адресата или же предотвращать их [Болдарева 2002, с.114].

Другие функции языковой игры: людическая (игровая) функция, комическая, экспрессивная – выделяются в книге “Русская Разговорная речь: Фонетика.Морфология.Лексика.Жест” [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.173-174]. Людическая функция является частью поэтической функции и связана со способностью языка создавать языковую игру, вызывая с помощью этого комический эффект [Там же, с.173]. Т. А. Гридина среди прочих функций выделяет ещё эвристическую функцию языковой игры. Определяя, что эвристическая природа языковой игры заключается в осознаваемом автором нарушении языкового канона, которое способствует созданию нового языкового кода. [Гридина 2013, с.10].

Т. П. Куранова предлагает следующий набор функций языковой игры в медиаконтексте: комическую, смыслообразующую, компрессивную, аттрактивную, парольную, экспрессивную. Комическая функция проявляется в заголовках медиа в тех случаях, когда автор хочет неприятную новость передать с помощью юмора, и служит для того, чтобы вызвать смех и отвлечь от серьёзности проблемы («*Футболисты ушли с поля без голов*») [Куранова 2010, с.272].

Смыслообразующая функция заключается в создании новых смыслов за счёт оригинального использования языка [Там же 2010, с.273]. Чаще всего данная функция реализуется с помощью графической языковой игры, например, «*Политики будут несЧАСтны*», «*На этой зоне сильный менеджМЕНТ*» [Там же, с.273]. За счёт данной функции языковая игра выступает уже как средство создания ассоциативных связей между смыслами слов [Ефремова 2013, с.274].

Компрессивная функция служит для экономии места и играет важную роль при написании заголовков СМИ в связи с тем, что одной из целей СМИ является привлечение внимания читателя и побуждение его к прочтению статьи целиком (напр., *клавeршенство*) [Куранова 2010, с.274].

Аттрактивная функция (или же контактоустанавливающая) – это «функция для установления и поддержания контакта между собеседниками» [Там же, с.274]. Данная функция направлена на то, чтобы привлечь и удержать внимание реципиента за счёт своей привлекательности.

Парольная функция связана с тем, что часто заголовки СМИ содержат в себе подобие кодовых слов или шифров известных и понимаемых лишь определенной возрастной категорией или людьми, работающими в одной сфере. В качестве примера можно привести креативность молодёжи в создании различных сокращений для быстроты общения [Там же, с.274]. Данная функция служит показателем определения принадлежности автора какой-то из групп общества, так чтобы читатель мог себя с ней ассоциировать. «Одним из признаков принадлежности к какой-либо группе является понимание языковых игр, основанных на двусмысленности с намёком на то, что известно лишь членам данной группы» [Болдарева 2002, с.124].

Экспрессивная (воздействующая) функция заключается в намерении автора произвести впечатление на адресанта, с помощью языковой игры он пытается воздействовать на читателя и вызвать у него оценку, то есть выразить собственное мнение насчёт предмета сообщения. Воздействовать на адресата является важным фактором в процессе создания медиатекстов. СМИ стараются заинтриговать и привлечь внимание реципиента к себе.

Изучив различные функции языковой игры в медиапространстве, можно прийти к выводу о роли языковой игры в СМИ. Языковая игра, часто встречаемая в СМИ, так как она производит эмоциональное воздействие на реципиента, вызывая определенные эмоции у получателя информации. Также она способствует более упрощённому способу коммуникации за счёт своей компрессивной функции, то есть передаёт информацию в виде шифров и кодов. Языковая игра представляет собой огромное креативное пространство для реализации нового контента, который отличается от традиционных новостей и статей, тем самым в большей мере притягивает внимания среди многочисленного потока однотипной информации в сегодняшнее время. Именно поэтому чаще всего языковая игра используется в заголовках статей, газет для того, чтобы своей яркостью и необычностью привлечь внимание и остаться в памяти читателя и как упоминают А.П.Сковородников и Г.А. Копнина создать эффект «обманутого ожидания», то есть при прочтении заголовка адресат предполагает одно, а в итоге узнает совершенно другое [Сковородников, Копнина 2008, с.531].

1.3. Виды языковой игры

В данной работе мы воспользуемся классификацией языковой игры, описываемой В. З. Санниковым в своей книге «Русский язык в зеркале языковой игры». В. З. Санников делит языковую игру на конкретные виды, опираясь на понятие уровней языках. Кроме того, исследованием языковой игры и её классификацией занимались такие исследователи, как Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н. Н. Розанова, Т. А. Гридина, Л.П. Амири, С. В. Ильясова, О.Ю. Коновалова, Б.Ю. Норман, Б.В. Кривенко, И.Б. Голуб. Также в своих работах примеры языковой игры приводят Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев, Л. Степанова, Н. Ф. Ковыляева, Е. В. Маринова, М. С. Доброва.

1.3.1. Фонетическая языковая игра

Фонетическая языковая игра в большей степени свойственна рекламным текстам, так как такая игра чаще происходит в устной виде. В письменной форме данный вид языковой игры реципиентом воспринимается тяжелее. Во время радиорекламы или телевизионной рекламы реципиент имеет возможность услышать игру со звуками, словами. В случае же, когда текст написан, читатель может самостоятельно воспроизвести его содержание, происходит реализация графической языковой игры. В. З. Санников фонетическую языковую игру относит к «низшим» языковым уровням, на которых может осуществляться языковая игра, в связи со сложностью в нарушении фонетических норм и их применения в шуточном контексте [Санников 2002, с.51]. Но несмотря на это, данный вид языковой игры возможен. К приёмам реализации фонетической языковой игры в СМИ можно отнести: замену одного звука на другой, аллитерацию, парониимию, протезу, намеренное нарушение орфоэпических норм.

Аллитерация – звуковой приём, при котором происходит повторение согласных звуков. Данный приём свойственен фонике, но его аномальность и злоупотребление является предметом образования языковой игры («Бараны, Бараны стучат в барабаны») [Санников 2002, с.52]. **Паронимия** указывает на частичное сходство звуковой формы в словах, поэтому часто вследствие обыгрывания звуков создаются каламбуры, то есть реализация параномии в фонетической игре происходит за счёт звукоподражания и обыгрывания схожих звуков в слове или в выражении. Следующие примеры обыгрывания схожих звуков приводит Т. А. Гридина: *пуньшунь (шампунь), очепятки (опечатки), матч-реван (матч-ревани); перест (перец),*

птиста (птица) [Гридина 1996, с.14]. Под термином **протеза** понимается использование вставных звуков или слогов в составе слова для создания яркой и необычной подачи предложения (*И сколько рюбелей это стоит? Пока это скажешь - весь язык сломаешь*) [Ковыляева 2015, с.34]. **Нарушение орфоэпических норм** сопровождается орфографическими ошибками, которые выполняют комический приём для создания языковой игры. Т.А. Гридина также выделяет данный способ фонетической языковой игры, упоминая «намеренное воспроизведение различных типов фонетических деформаций, нарушающих восприятие звуковой формы при осознании их аномальности (*[змызл], [щаз], [джюдь-джюдь], [холод]* с намеренным озвончением глухих согласных и отсутствием редукции гласных в безударной позиции при утрированном произношении [о] вместо [а] как в последнем примере)» [Гридина 1996, с.14].

1.3.2. Графическая языковая игра

«Под графической игрой понимается манипулирование средствами графики, к которым относят: буквы, знаки препинания» [Ильясова, Амири 2009, с.32]. Исследование графической игры становится все более популярным среди учёных в связи с её частым появлением в заголовках СМИ и рекламе. К графической игре относят также сокращение слов, выделения букв в середине слова, намеренно удвоенные согласные, подчёркивания, зачёркивания, использование различных символов и знаков. Выделение какой-либо буквы в слове или сочетание букв называют **капитализацией**, что является основным приёмом графической игры [Ильясова, Амири 2009, с.68-69]. Примеры словосочетаний с капитализацией: *мУчение с пеленок, СамоКАлечение, бЕДА на скорую руку, Дети плагиАДА* [Ильясова, Амири 2009, с.67-68].

В заголовках газет СМИ можно встретить выделение части слова в другом слове, так что оно выделялось и придавало новый смысл целому выражению: шуточный или же дерзкий для привлечения внимания читателя. Такой графический выделенный сегмент слова называют **визуальными неологизмами**, когда на первый план выходит графическая форма слова, а звуковая составляющая не имеет значения и воспринимается человеком лишь визуально [Ильясова, Амири 2009, с.57]. В качестве примера показан заголовок статьи о росте числа умственно отсталых детей: *Страна в нокДАУНе* [Там же, с.57]. Графическое выделение в слове передаёт зашифрованный замысел автора и привлекает внимание читателя. Данный приём

больше распространён как **графический окказионализм** и часто встречается именно в заголовках СМИ [Кривенко 1993, с.123] (напр., *ПИВО ТОРНАДО!*, *ЗАЖИГАТЕЛЬНЫЙ ТАРИФ*) [Степанова 2011, с.123].

Кроме игры с графикой, выделениями в заголовках СМИ присутствует **игра с латиницей**. Смещение двух алфавитов кириллицы и латиницы так же служит для экспрессивности выражения. В данном случае графическая языковая игра осуществляется за счёт транслитерации иностранного слова в кириллицу и наоборот, в некоторых случаях, когда полная транслитерация невозможна графическая игра осуществляется за счёт практической транскрипции, тем самым СМИ приносят в разговорную речь новые слова. Это происходит в процессе, когда выделяемая часть слова привлекла внимания читателя, и он уже пользуется ей как шуточным выражением в своей устной речи. Е. В. Маринова пишет о том, что графические окказионализмы являются выразительным речевым приёмом, который сильно влияет на латинизацию русского языка: *Был шеф — стал Boss, Хотел в Hotel — попал в гостиницу* [Маринова 2007, с.327]. Также пример игры с латиницей приводит Л.П. Амири и С. В. Ильясова: *SOСульки грозят смертью* [Ильясова, Амири 2009, с.60].

Слова, где графическая языковая игра реализуется за счёт выделения латиницей определенной части слова, так что его можно прочесть как целое, называют **слова-вкладыши** [Ильясова, Амири 2009, с.59]. Данный приём проявления графической игры часто используется в заголовках газет СМИ как способ проявления творческой индивидуальности автора, что определенно привлекает и удерживает внимание читателя. Л. Степанова также говорит о том, что для приёмов графической языковой игры характерно выделение значимой части слова другим шрифтом, а также нарушение норм орфографии и знаков препинания (*Несчастная клиника*) [Степанова 2011, с.121].

Кроме того, к вышеперечисленным приёмам реализации графической языковой игры также относятся нарушение правил орфографии в выделяемом слове. Л. Степанова приводит пример заголовка, где нарушение орфографии усложняет прочтение в выделенном шрифтом значимой части слова, что повышает его экспрессию: *Школьники не хотят быть безРОБОТными* (то есть первое прочтение указывает на безработицу, второе же раскрывает то, что речь идёт о роботах) [Степанова 2011, с.122].

1.3.3. Морфологическая языковая игра

На данном уровне языковая игра довольно часто реализуется за счёт нарушения правил и явлений грамматики. Но несмотря на это, морфология имеет строго закреплённые правила, поэтому реализация языковой игры на данной уровне является сложной и требует от реципиента повышенной концентрации и знания языка для понимания и разоблачения данной вида языковой игры [Ильясова, Амири 2009, с.116]. Обыгрываются чаще всего три явления: 1) статус словоформы как наименьшей текстовой единицы, её непроницаемость, неусекаемость 2) формальные способы выражения тех или иных морфологических значений, особенности парадигм (дефектность, наличие дополнительных форм); 3) игра с семантикой морфологических категорий и форм» [Санников 2002, с.61].

Под нарушением и неправильным употреблением словоформы **понимается её усечение или расчленение**: *бес-активист, бес-порочный, бес-порядочный, бес-чувственный* [Санников 2002, с.66]. К формальным способам выражения морфологических значений В. З. Санников относит: обыгрывание иноязычных основ, обыгрывание архаичных и иноязычных аффиксов, расширение или неполноты парадигм грамматических категорий, намеренные морфологические ошибки [Там же, с.61-87].

Морфологическая игра с иноязычными основами заключается в неправильном склонении по падежам за счёт чего создаётся шуточный подтекст. **Расширение парадигмы грамматических категорий** (род, число, падеж, степени сравнения) обыгрывается в случае, когда автор хочет придать больше экспрессии. В. З. Санников приводит такие примеры расширения парадигмы сравнительной степени как: *самее, чертее, железнее, никакейших, превосходительно* и многие другие [Санников 2002, с.71-72]. Л.П. Амири и С. В. Ильясова также говорят о окказиональных формах степени сравнения и приводят следующий пример: *На Олимпиаде все равны, но американцы равнее* [Ильясова, Амири 2009, с.118]. С помощью морфологических ошибок можно привнести выражению максимальный комический эффект, так как такие отступления от нормы заметны читателю сразу же. Неправильное написание формы привлекает внимание читателя и заставляет задуматься, с какой целью автор её там употребил.

Языковая игра возможна и на уровне таких морфологических категорий, как **игра с категорией вида глагола, времени и залога**. Обыгрывание категории залога, как пишет В. З. Санников, не является частым явлением в текстах, но оно все же присутствует и достаточно интересно проявляется [Санников 2002, с.88]. Данное явление происходит, когда страдательный залог применяется по отношению к предмету, где нормой является действительный залог, или выражения, где страдательный залог не уместен по правилам, но употребляется там в шуточной форме. К морфологическим деформациям О.Ю. Коновалова причисляет: окказиональное образование падежных, числовых форм существительных, форм причастий и деепричастий и притяжательных местоимений и в качестве примеров приводит следующие: *куррей, глазей, уш, перчатков; красивше, глыбже; смотряем, покласть, покладенный. поемший, полома- тая, хочи (императив от «хотеть»); јихний, евойный* [Коновалова 2008, с.90].

1.3.4. Синтаксическая языковая игра

Применение языковой игры на синтаксическом является менее продуктивным, но при этом языковая игра на данном лингвистическом уровне может создавать комический эффект за счёт изменений, аномалий, нарушений структуры предложения, которые сразу ощутимы читателем, поэтому для привлечения внимания СМИ часто играют со структурой предложения. Чаще всего к обыгрыванию синтаксических элементов относят: парцелляцию, ложную связь между событиями, нарушение употребления различных членов предложения, нарушение в согласовании определительных конструкций, использование неуместных обращений, хиазмы, сочетаний с предлогом от, проявление синтаксических контаминаций [Санников 2002, с.96-107]. Кроме данных способов реализации синтаксической языковой игры, Н. Е. Ковыляева также выделяет следующие: парцелляция, использование слова в несвойственной ему синтаксической роли, нарушение норм управления и согласования, обыгрывание определений, синтаксическая омонимия [Ковыляева 2015, с.53-54]. То есть мы видим, что игра со структурой предложения достаточно разнообразна, но не все приёмы применимы по отношению к СМИ, поэтому мы рассмотрим те, которые чаще себя проявляют.

Парцелляция является одним из простых и частых способов реализации синтаксической языковой игры в СМИ, так как это приём, который заключается в расчленении единой структуры предложения на несколько отдельных законченно-

смысловых единиц. Б.Ю. Норман определяет парцелляцию как отсечение кусочка от высказывания, так что оно формирует самостоятельное предложение [Норман 2006, с.166]. Читатель непременно замечает данный приём, так как ему известны нормы границ предложения, поэтому, когда конструкции меняются, это вызывает комический эффект. Примеры предложений, где присутствует парцелляция: *Вот вся толпа несёт. Яйца. В корзинках и сумках* [Там же, с.53], *Не знающих проблем. Льющих с балкона в Неву птичье молоко. Принесенных ветром* [Норман 2006, с.167].

Синтаксические контаминации являются частым явлением в текстах СМИ. Осуществляются за счёт смешивания между собой фразеологизмов или устойчивых выражений. В. З. Санников приводит следующие примеры синтаксической контаминации: *он будет молчать, как рыба об лёд; это выеденного гроша не стоит; мести калёной метлой* [Санников 2002, с.106]. В данных примерах синтаксис устойчивых выражений нарушается и образует слияние двух синтаксических разных структур. Читатель, зная изначальную правильную форму фразеологизма, может понять шутку и разоблачить игру. О роли контаминации упоминают и Л.П. Амири и С. В. Ильясова, говоря, что она часто встречается в заголовках, так как привлекает внимание своей яркостью, броскостью [Ильясова, Амири 2009, с.191].

Среди особенностей выражения синтаксической языковой игры можно ещё выделить **синтаксическую компрессию**. Реализация данного приёма осуществляется в случае, когда автор опускает из предложения подлежащее, дополнение, определение, а читатель ожидает стандартного продолжения, но вводится в заблуждение, что собой создаёт комический эффект: (напр., *у него давление* (= у него ненормальное давление) [Санников 2002, с.111]. Данный способ опущения, не называния какого-то компонента в высказывании Б.Ю. Норман называет **эллипсисом**, то есть читающий ожидает появления необходимой словоформы, но его ожиданиям не суждено сбыться [Норман 2006, с.143]. В качестве примеров приводятся: *И тут “Парк Горького” вполне “соответствует”: герои гоняются друг за другом по Москве, размахивая кольтами. Как видим, критика тут не возымела* [Норман 2006, с.143-144].

Применение сравнительных конструкций также часто встречаются в языковой игре. Комический эффект производят непривычные читателю сравнения, о которых читатель вряд ли мог и догадываться. В. З. Санников к структурным признакам сравнительных конструкций относит следующие: (формулировка): конструкции, где

опущен первый компарат, конструкции с необычным соотношением первого и второго компаратов, конструкции с необычным оформлением второго компарата. Здесь же В. З. Санников выделяет особый вид сравнений – **иронические сравнения**: (напр., *неподкупный, как Иуда, храбр и честен, как Фальстаф*) [Санников 2002, с.123]

Игра со значениями сочинительных союзов также может приобретать шутовую форму. В. З. Санниковым приводится пример с союзом *зато*, где значение союза приобретает двойной смысл: «Комедии у нас плохие, зато их мало» [Санников 2002, с.132. Тем самым, игра с сочинительными союзами, может также вводить читателя в заблуждение, ведь читатель, если он является носителем языка, при прочтении предложения с союзной конструкцией имеет определенные ожидания, а автор посредством необычного применения союза меняет значение, создавая шуточный смысл. Кроме аномалий в значениях союзов, языковая игра может осуществляться за счёт неправильного употребления однородных членов предложения и их сочинительной связи, в случае, когда они не принадлежат к одному уровню обобщения, не относятся к одной тематической сфере и не имеют общих признаков: (напр., *Я ведь тебя оставил социалистом, республиканцем и стичкой, а теперь ты целая бочка*) [Норман 2006, с.29].

Интересным приёмом в обыгрывании является **хиазм**, который представляет собой повторение элементов в двух или более последовательных фразах или предложениях: компоненты предложения повторяются в обратном порядке, создавая зеркальное отображение. Б.Ю. Норман определяет хиазмы как «синтаксический перевертыш», приводя следующие примеры из газетных заголовков: *Мы открываемся миру — мир открывается нам, Жилище без людей. Люди без жилища, Мы нужны президенту, президент нужен нам* [Норман 2006, с.157].

1.3.5. Словообразовательная языковая игра

Словообразовательная языковая игра довольно часто реализуется в заголовках СМИ. Здесь автор может осуществить все свои замыслы, касающиеся образования новых слов, добавления различных аффиксов к словам и семантической игры с ними [Санников 2002, с.145]. Словообразовательная языковая игра строится на образовании новых слов, при это изменения должны быть видимыми для понимания обыгрывания читателем. В.З. Санников определяет данный способ **переосмыслением существующей словообразовательной структуры слова** [Там же, с.145].

Несомненно, без какой-либо основы старого слова и понимания устойчивых значений аффиксов сложно распознать в этом комический эффект и языковую игру.

Словообразовательная языковая игра реализуется за счёт префиксации, суффиксации, префиксально-суффиксального способа, словосложения, контаминации, аббревиации, «фокус-покус» и другие [Санников 2002, с.152]. Словообразовательная игра посредством только префиксации случается редко, в отличие от суффиксации, которая реализуется за счёт добавления уменьшительно-ласкательных или увеличительных суффиксов к словам, которым это не свойственно. Е.А. Земская говорит о так называемых «индивидуальных словообразовательных преобразованиях узуальных слов», приводя ряд примеров: *тут без штопоридзе не обойдешься; мы ещё не совсем одатчанились; это был самый разофициальный докла* [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.189].

Часто применяемым словообразовательным способом в языковой игре является **контаминация** – это смешение основ или частей двух слов, в результате которого образуется слово-гибрид. Б.Ю. Норман также пишет о виде языковой игры, который объединяет варьирование формы и одновременно значения слова, называя такой приём «слова-чемоданы», «слова-слитки», «слова-гибриды» [Норман 2006, с.102].

Одним из способов контаминации является «включение», то есть в середину слова внедряются части другого слова: (книжное оборзение (обозрение + борзый), далеко идущие посредствия (последствия + посредственный) [Санников 2002, с.167].

Ещё одним интересным явлением словообразовательной языковой игры является приём «фокус-покус», который заключается в повторе слова, так чтобы оно рифмовалось, было созвучно с окончанием первого. Данное явление рассматривает Е.А. Земская, говоря о том, что приём «фокус-покус» применим к словам «самой разной семантики – бытовой, книжной, научным терминам, именам собственным» [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.189] и приводит следующие примеры: *возраст-мозраст, фонды-шмонды, узус-шмузус* [Там же, с.194].

С помощью этих приёмов авторами газетных заголовков создаются словообразовательные шутки, где необычность данных выражений привлекает читателя, выполняя таким образом не только информативную функцию, но и рекламную [Ильясова, Амири 2009, с.194].

1.3.6. Лексическая языковая игра

Лексическая языковая игра В. З. Санниковым характеризуется как главный неисчерпаемый источник языкотворчества, который формируется на основе всего словарного запаса русского языка, а также опирается на фразеологизмы, многие из которых имеют несколько значений [Санников 2002, с.181].

К особенностям языковой игры на лексическом уровне относят: нарушение лексической сочетаемости слов, обыгрывание лексической синонимии, многозначности слова, лексической омонимии, паронимии и смешение фразеологизмов, а также приём цитации.

Нарушение законов лексической сочетаемости является одним из частых приёмов создания языковой игры. О. Ю. Коновалова выделяет следующие способы нарушения законов лексической сочетаемости: соединение слова, имеющее узкую лексическую сочетаемость с другими словами или же новое окказиональное значение приобретает слово с фразеологически связанным значением: *Вон идет закадычный враг* (смешение компонентов устойчивых выражений *заклятый враг* и *закадычный друг*) [Коновалова 2008, с.55]. В своей книге «Русская Разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест» Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н. Н. Розанова также выделяет данный приём, который вызывает резкий комический эффект, иллюстрирует это следующими примерами: *на импортном языке* (на иностранном языке), *я охромела на один зуб*, *окинь меня* (окинь взглядом) [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.195-196]. Представление нарушений лексической сочетаемости как стилистического приёма довольно часто применяется для реализации языковой игры в газетных заголовках. И.Б. Голуб приводит следующие примеры, в которых нарушение лексической сочетаемости используется для создания комического эффекта: *геня признали заживо*; *закоренелый передовик*; *пожизненный друг* [Голуб 2010, с.15].

Обыгрывание лексической синонимии заключается в употреблении в одном предложении синонимической пары, но с разной стилевой окраской. Неправильно подобранное слово в данном стиле текста вызвав комический эффект привлекает внимание читателя к данному слову. Одним из приёмов лексической синонимии является перефразирование. Перефразирование происходит в моменте, когда слово не

называется, а заменяется словосочетанием, описывается непрямым обозначением данного явления или предмета [Санников 2002, с.236].

Создание шуточного эффекта за счёт **многозначности слов** также является одним из приёмов языковой игры. Необходимо различать многозначность слов и омонимию, о которой речь пойдёт ниже. Многозначность – это «наличие у слова нескольких значений, которые, выступая в разных контекстах, образуют семантическую структуру слова» [Жеребило 2010, с.198]. В качестве примеров обыгрывания многозначности слов В. З. Санников приводит: «добро уголовников тоже влечёт к добру, но, к сожалению, к чужому!», «семейная жизнь подобна часам, с боем по выходным», «ну, что сказать о браке? Хорошую вещь браком не назовут» [Санников 2002, с.245].

Омонимичные слова же представляют собой схожие по звучанию и по написанию слова, но разные по значению [Там же, с.234]. Обыгрыванию подлежат все формы омонимов: полные омонимы, омографы, омофоны, омофоры. Примеры омонимичных выражений: «Не душились сами - душили других!», «Осип охрип, а Архип осип», «Я стал, по твоей лишь вине, топить своё горе в вине» [Санников 2002, с.276,281,283].

К паронимии В. З. Санников относит «любые слова, близкие по звучанию» [Санников 2002, с.292], за счёт употребления паронимической пары слов осуществляется языковая игра: *звал гостей, а накупил костей* [Там же, с.294].

Важными приёмами осуществления лексической языковой игры являются не прямые номинации, представленные тропами: **метафорой, метонимией, сравнениями**. Метафора определяется как «перенос названия с одного предмета (явления, действия, признака) на другой на основе их сходства» [Жеребило 2010, с.192]. О. Ю. Коновалова пишет о так называемых субстантивных метафорах, которые обычно используются в качестве языковой шутки: *У меня на столе братская могила. Вчера пришла, стала разгребать, столько вещей нужных нашла* – метафорический перенос на основании общей (для слов *беспорядок* и *братская могила*) семы «беспорядочное скопление» [Коновалова 2008, с.54]. Е. А. Земская также подтверждает то, что метафора часто наполнена внеязыковыми ассоциациями и основывается только на личном восприятии человеком, в связи с этим происходит

вариативность понимания образной метафоры: *Брат у него такой же шустрый? Да, такой же электровеник* [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.198]. Кроме метафоры, обыгрывается также метонимия, которая определяется как замена слова другим на основе связи их значений по смежности [Жеребило 2010, с.196]. В качестве примеров обыгрывания метонимии можно привести следующие: *Она и раньше-то была заполошная, а теперь вообще один большой переполох* [Коновалова 2008, с.54], *Да, население что-то на работу не спешит* (группа туристов ищет дорогу к станции), *Я вечером лягу в поезд, а утром в Костроме* [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.200].

Следует отметить, следующий распространённый приём реализации лексической языковой игры: **обыгрывание фразеологизмов**, которые часто встречаются в медиатекстах, так как с их помощью можно придать тексту максимальную экспрессивность. «Обыгрыванию чаще всего подвергается природа фразеологизма, его вторичный, производный характер» [Санников 2002, с.297]. Мы можем встретить такие важные для создания языковой игры приёмы изменения устойчивых выражений, как контаминацию фразеологизмов, добавление лишнего компонента в целостный состав фразеологизма, замену одно из компонентов устойчивого выражения и под. Также «основными приёмами создания языковой игры на основе устойчивых выражений являются **двойная актуализация и буквализация фразеологизма**, представляющие собой важные механизмы создания каламбуров» [Доброва 2019, с.175].

Б. Ю. Норман говорит о **гибридизации** устойчивых словосочетаний и фразеологизмов: описывает, что разрушение фразеологизма сравнимо с преобразованием и происходит так же, как и процесс искажения слова, все это автор осуществляет с целью развлекательной и юмористической [Норман 2006, с.103]. В доказательство лингвист приводит следующие примеры: «*одна голова хорошо, а два сапога — пара*», «*и баба с возу, и волки сыты*», «*лучше поздно, чем никому*», «*за двумя зайцами погонишься — не вытащишь и рыбки из пруда*», «*у вас еще латша на ушах не обсохла*», «*береги честь смолоду, коли рожка крива*», «*сделал дело — кобыле легче*», «*голод не тетка, глаза не выест*» [там же, с.103].

В. З. Санников уделяет особое внимание обыгрыванию пословиц, поговорок, устойчивых фраз, употреблению в языковой игре афоризмов из фильмов, песен и

литературных произведений, называя их «сокровищами языка» [Санников 2002, с.314]. Данное обыгрывание можно часто встретить как раз в заголовках СМИ, так как их использование придаёт выразительности, большей экспрессивности тексту. Узнаваемая читателем пословица и поговорка в процессе её обыгрывания приносит читателю удовлетворение в его способности разгадать данную загадку, поставленную намеренно автором: (напр., *«спасите наши тучи; спасите наши уши всё новое – это нехорошо забытое старое»*, *«приступим к телу!»*, *«пока семь раз отмеришь, другие уже отрежут»*) [Санников 2002, с.316-317].

В своей монографии «Русская Разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест» Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н. Н. Розанова говорят об этом как о **приёме цитации**. Приём цитации основывается на общности апперцепционной базы и культурного опыта говорящих [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.204]. Автор использует уже готовую цитату из фильмов, песен, литературных произведений, анекдотов или лозунгов и впоследствии трансформирует её, так что это вызывает комический эффект (*обед нам только снится; большому кораблю море по колено*) [Земская, Китайгородская, Розанова 1983, с.205].

1.3.7. Языковая игра с семантикой

Данный вид языковой игры подразумевает под собой игру со значением слова, которая пронизывает все языковые уровни и растворяется в них [Санников 2002, с.323]. Семантика исследует отношение между предметом и его признаком, исследует смысловую структуру языковых единиц [Жеребко 2010, с. 318]. Б. Ю. Норман говорит о семантизации в условиях языковой игры как о формируемом значении слова, которое принципиально отличается от настоящего, известного [Норман 2006, с. 261].

В категориях обыгрывания семантической игры выделяются несколько групп: одушевлённость/неодушевлённость, шутки, основанные на противопоставлении людей и мифологических богов, людей и животных, игры с приблизительностью, со временем исторических событий, с единицами измерения [Санников 2002, с.322]. В медиатекстах чаще всего можно встретить именно игру с одушевлённостью и неодушевлённостью, когда о предмете одушевлённом говорят как о неодушевлённом и наоборот. Как отмечают Т.В. Булыгина и А.Д. Шмелев, «лингвистическая существенность выделения категории одушевленности/неодушевленности

определяется в первую очередь не той несовместимостью названий неодушевленных предметов с некоторыми предикатами, которая является отражением реальной несовместимости соответствующих представлений, а целым рядом собственно языковых ограничений - лексического и грамматического характера» [Булыгина, Шмелев 1997, с. 29]. В качестве примеров обыгрывания одушевленности и неодушевленности в исследованиях приводятся следующие: *Автомобильные трупы лежали штабелем, давя друг друга, и выпучив фары, как глубоководные рыбы на палубе траулера* [Санников 2002, с.327], *Машин от снега не очищают. Сугроб сугроба просит прикурить* [Норман 2006, с. 58], *Садитесь, я не люблю, если передо мной стоит что-нибудь большое* [Санников 2002, с.323].

1.3.8. Стилистическая языковая игра

В. З. Санников отмечает следующие способы реализации языковой игры на уровне стилистики: обыгрывание эвфемизмов, столкновение элементов разного стиля, обыгрывание канцелярских клише и просторечий, употребление жаргонизмов [Санников 2002, с.459]. В. З. Санников говорит о том, что обыгрыванию также принадлежит несоответствие формы: «низкое» содержание и «высокий стиль» [Там же, с.459]. О смешении книжной и разговорной лексики также пишет И.Б. Голуб, приходя к тому, что смешение разностилевой лексики может придать ироническую окраску тексту [Голуб 2010, с.70]. В качестве примеров обыгрывания противопоставления низкого и высокого стиля учёные приводят следующие: *Матушка-заступница, милиция троеручица!* [Санников 2002, с.459], *Руководство коммерческого предприятия сразу же уцетилося за ценное предложение и согласилось на эксперимент, погнавшись за барышами* [Голуб 2010, с.70].

Кроме обыгрывания жаргонизмов (напр., *комендант сучара развалился в мягкой кресле и языком ледве-ледве*) [Санников 2002, с.470], в языке СМИ можно встретить обыгрывание устаревших слов, канцеляризмов, которым придаётся новое значение и за счёт этого создаётся комический эффект. Обыгрывание канцеляризмов происходит в следующих примерах: *запрещалось всем без исключения производить шалости, заниматься сном и совершать подрыгивания* [Санников 2002, с.467]. Примеры обыгрывания устаревших слов: *На собрании вскрывались даже самые нелицеприятные недостатки на работе; В результате бурного собрания домочадцев ремонт дома был начат* [Голуб 2010, с.90]. Ещё одним приёмом реализации стилистической языковой игры также являются неологизмы, а именно

окказиональные неологизмы, то есть слова, которые употреблялись в определенном контексте лишь раз: *С речью выступил заднескамеечник сэра Джон; повышалось самоощущение больного; Важной задачей является значительное облесение пейзажа* [Там же, с.97-99].

Таким образом, стилистическая языковая игра осуществляется в первую очередь за счёт смешивания лексем с разной стилистической окраской, что приводит к нарушению норм стилистической сочетаемости. Также в связи с демократизацией языка в большей степени в язык СМИ стали проникать жаргонизмы, сленг и различные новые окказиональные слова, поэтому средства массовой информации пользуются данными средствами для создания языковых шуток и каламбуров.

ГЛАВА 2. Языковая игра в заголовках русских и чешских газет и её особенности

2.1. Введение в анализ исследуемого материала

Для практической части нами были отобраны русские и чешские газетные заголовки, в которых присутствует языковая игра. Данные заголовки нами были собраны в количестве 316 примеров из архивов 2021 и 2022 годов таких газет, как «Коммерсантъ», «Новая газета», «Известия», «Московский комсомолец», «Lidové noviny», «Hospodářské noviny», «Deník N», «MF Dnes», «Právo», «Týdeník Forum», «Respekt», «Reflex», «Hálo noviny». Собранный материал состоит из 193 примеров использования языковой игры в русских газетных заголовках и 123 примеров применения языковой игры в чешских газетных заголовках.

Необходимо отметить, что в теоретической части данной дипломной работы рассматривалась только классификация языковой игры из русскоязычной литературы в соответствии с российской лингвистической традицией несмотря на то, что в практической части присутствуют примеры языковой игры чешского языка. Мы это объясняем тем, что масштаб данной работы не позволяет рассмотреть ещё классификацию языковой игры в соответствии с чешской лингвистической традицией, но мы видим перспективу для изучения этой темы, например, в магистерской работе. В данной же работе мы будем основываться на то, что лингвистические системы чешского и русского языка схожи, поэтому воспользуемся классификацией языковой игры, описываемой в теоретической части.

В практической части мы попытались проанализировать заголовки в современных газетах и разделить их в соответствии с классификацией языковой игры, предложенной В.З.Санниковым, состоящей из фонетической, графической, морфологической, синтаксической, словообразовательной, стилистической, лексической и семантической видов языковой игры. Мы сосредоточим своё внимание на способах и примерах реализации языковой игры как в чешских, так и русских заголовках с целью анализа количественности и качественности языковой игры в русских и чешских СМИ.

2.2. Реализация фонетической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

Фонетическая языковая игра в русских газетных заголовках была нами определена в 45 заголовках. При анализе всех видов языковой игры в заголовках русских газет, стоит отметить, что фонетическая языковая игра составила около 23% среди всех примеров русских заголовков.

Чаще всего языковая игра была реализована за счёт замены одного звука в составе слова на другой, автор хотел заострить внимание читателя на изменения смысла слова, так что это создаёт комический эффект. Данный приём в исследуемом материале был обнаружен в 26 примерах: *Штамм «омакрон»*^[1] / (ср. уз. Штамм «омикрон»), *Казахстан*^[2] / (ср. уз. Казахстан), *Соблюдая все формульности*^[3] / (ср. уз. Соблюдая все формальности), *Ремонт жданий*^[4] / (ср. уз. Ремонт зданий), *Трубнейшая задача*^[5] / (ср. уз. Труднейшая задача), *В серьёзных отношений*^[6] / (ср. уз. В серьёзных отношениях), *Соединенные штатмы*^[7] / (ср. уз. Соединенные штаты), *Бремя и деньги*^[8] / (ср. уз. Время деньги), *Не бросили в еде*^[9] / (ср. уз. Не бросили в беде), *Мирное время*^[10] / (ср. уз. Мирное время), *Не хмурь брови*^[11] / (ср. уз. Не хмурь брови), *Тет-а-нет*^[12] / (ср. уз. Тет-а-тет), *На всякий – сличай*^[13] / (ср. уз. На всякий случай), *Временный подход*^[14] / (ср. уз. Временный подход), *График робота*^[15] / (ср. уз. График работы), *Хороший знак*^[16] / (ср. уз. Хороший знак), *Нелетная порода*^[17] / (ср. уз. Нелетная погода), *Накрыть на стоп*^[18] / (ср. уз. Накрыть на стол), *Поверка на дорогах*^[19] / (ср. уз. Проверка на дорогах), *Завяли дозы*^[20] / (ср. уз. Завяли розы), *Фарм-фактор*^[21] / (ср. уз. Форм-фактор), *Взрывное расстройство*^[22] / (ср. уз. Взрывное устройство), *Не вступая в перевалку*^[23] / (ср. уз. Не вступая в перепалку), *России все по финну*^[24] / (ср. уз. России все по фигу), *Газ на газ не приходится*^[25] / (ср. уз. Раз на раз не приходится). Кроме замены звуков, в исследуемом материале был обнаружен пример протезы (приём вставления звуков или слогов): *Угрозай зерновых*^[26] / (ср. уз. Урожай зерновых). Данные примеры выполняют смыслообразующую и комическую функцию в заголовках СМИ.

Другим приёмом реализации фонетической игры, который нам встретился, является аллитерация (повторение одинаковых согласный звуков в начале слов). Приём аллитерации представлен в семи русских газетных заголовках и в каждом из них выполняется комическая функция языковой игры: *Суэта, суэц*^[27] / (ср. уз. суэта и суэцкий канал), *Одним маем маены*^[28] / (ср. уз. май и маяться), *Серпастый,*

соцсетястый^[29]/(ср. уз. серпастый и социальные сети), *Марш, марш Ливий*^[30], *Чужие среди чужих*^[31], *Белорус Белорусу Белорус*^[32], *Жизнь на всю оставшуюся жизнь*^[33].

Кроме аллитерации, фонетическая игра реализуется при помощи паронимии в русских газетных заголовках. Среди собранного материала мы выделяем 6 примеров паронимов: *Был бы ум бы у Думбуя*^[34]/(ср. уз. ум и Думбуй), *Садящий режим*^[35]/(ср. уз. Щадящий режим), *Ниже к делу*^[36]/(ср. уз. Ближе к делу), *Взрывное устройство*^[37]/(ср. уз. Взрывное устройство), *Исторический припадок*^[38]/(ср. уз. Истерический припадок), *Ядрена мощь*^[39]/(ср. уз. Ядерная мощь).

Также нам встречалась фонетическая языковая игра, основанная на нарушении орфоэпических норм в следующих примерах (4): *Полный жесткач*^[40]/(ср. уз. Полный жесткач), *Хлебанный стыд*^[41]/(ср. уз. Гребанный стыд), *ШОС с него взять*^[42]/(ср. уз. в процессе прочтения читатель ожидает привычное для него выражение «Что с него взять», когда на самом деле автор с помощью оглушения звуков меняет *что* на *ШОС* (Шанхайская организация по сотрудничеству), *Вопрос стоит ШОСтко*^[43]/(ср. уз. имеется в виду что «вопрос стоит жёстко», опять же за счёт оглушения согласной, меняется смысл целого предложения). Интересным способом, где реализуется фонетическая игра, является приём рифмы, который был обнаружен в следующих двух примерах: *Бери больше, кидай Польше*^[44], *Мигрируй так, не знаю как*^[45]. Данные способы реализации фонетической языковой игры привлекают читателя своей необычностью и комичностью.

В исследуемом материале чешских газетных заголовков языковая игра на фонетическом уровне встретила нам крайне редко. Она была обнаружена в лишь в шести примерах чешских газетных заголовках, что составляет всего 6 % от общего количества всего исследуемого чешского материала. Для реализации фонетической языковой игры в чешских заголовках в большей степени используется приём аллитерации, который проявляется в трёх заголовках: *Šovinismus mě šokoval*^[46], *Starosti Starostů vládu nepoloží*^[47], *Volby rozhodnou nerozhodnutí*^[48]. Также следует отметить примеры анафоры (2): *Listopad neskončil, Listopad trvá*^[49], *Péče o ohrožené, děti v ohrožení*^[50]. Обыгрывание приёма рифмы в чешских примках также встречается: *Nahoře rolák, dole křivák*^[51]. В данных примерах реализуется людическая функция, так как создаётся комический эффект.

На основе этих примеров можно сделать вывод, что реализация фонетической игры в обоих языках присутствует, но в русском языке гораздо чаще, чем в чешском языке. Среди реализации языковой игры на фонетическом уровне в русских газетных заголовках можно выделить: аллитерацию, обыгрывание паронимии, нарушение орфоэпических норм, замена звуков или слога, протезу, а также рифму. В чешских газетных заголовках фонетическая языковая игра в меньшей степени реализуется лишь при помощи аллитерации, анафоры и обыгрывания рифмы. Также стоит отметить, что определение читателем данного типа языковой игры является довольно простым, так как она сразу бросается в глаза, в связи с этим фонетическая языковая игра в СМИ часто реализована в заголовках для привлечения внимания.

2.3. Реализация графической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

При анализе исследуемого материала графическая языковая игра была встречена в 12 примерах русских газетных заголовков, что составило около 6 % от других видов языковой игры.

Самым распространённым способом реализации языковой игры на уровне графики в русских газетных заголовках является приём капитализации, где определенную часть слова выделяют для того, чтобы читатель обратил на него внимания и догадался, что хотел зашифровать автор. Среди собранного материала можно выделить следующие примеры (6): *провайДЫРЫ*^[52] (ср. уз спрятано слово дыры) *олимпиАДСКИЕ МУКИ*^[53] (ср. уз. зашифровано выражение адские муки), *Поражение наЛИЧНОМ фронте*^[54] (ср. уз. скрыто выражение на личном фронте), *ВЫ все манеВРИТЕ*^[55] (ср. уз. скрыто выражение вы все врете), *По УКАзке*^[56] (ср. уз. с помощью аббревиатуры спрятано По уголовному кодексу), *иЗУЕВеры*^[57] (ср. уз. графически выделяется спрятанная фамилия). В данных примерах осуществляется смыслообразующая, маскировочная и парольные функции языковой игры.

Также реализация языковой игры на графическом уровне может осуществляться при помощи игры с латиницей (5): *Идея six*^[58] (ср. уз. Идея фикс, но при этом используется английское слово *six*, так как в заголовке речь идёт о преждевременном запуске шестого поколения 5G), а также при помощи транслитерации с английского языка на русский и наоборот: *Вэлкам-САР*^[59] / (ср. уз *welcome sir*), *Very БАД*^[60] / (ср. уз *very bad*), *О, Майнинг, God*^[61] / (ср. уз *oh my god*) *Дед*

-Мороз – с КВАР-КОДОМ НОС^[62]/ (ср. уз QR-код, то есть происходит транслитерация в кириллицу). Данные примеры выполняют смыслообразующую функцию за счёт того, что примеры представляют собой оригинальное использование языка, кроме того, в них также осуществляется экспрессивная функция, так как данные заголовки стараются передать авторскую оценку читателю. Пример, где языковая игра осуществлена за счёт слитного и раздельного написания: *Атом и речь ведём*^[63] / (ср. уз. А том и речь ведём, слитное написание союза и местоимения изменило смысл, что создало комический эффект). При анализе собранного материалы нами было обнаружено 15 примеров чешских заголовков, где осуществляется языковая игра на уровне графики. Это составило 12 % среди примеров других видов языковой игры в чешских газетных заголовках. В чешских газетных заголовках графическая языковая игра в большей степени реализуется за счёт карикатур, но встречаются также примеры зачёркивания, использования других элементов алфавитов в заголовках, слов-вкладышей.

В качестве примера карикатуры с текстом приведём следующий пример:

Obrázek 1: титульный лист газеты «Deník N»¹



Заголовок звучит как *Naštvaní medici*, что будет переводиться как «Разозлённые медики», а задний фон сделан в виде сот пчёл, что создаёт картину у читателя, что таких медицинских работников много и они недовольны прямо как

¹ <https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021>

пчёлы, с помощью дополнительного контекста, слова приобрели другое значение, добавилась экспрессивность.

Пример перечёркивания в заголовке: *Utlumit*^[64] / (ср. уз. речь идёт о переносе конгресса, касающийся решения проблем, связанных с климатическими изменениями), «Knedlo, ~~čepřo~~, zelo»^[65] / (ср. уз. в связи с подорожанием мясных продуктов в Чехии, то в известной фразе вычеркнули его, создав тем самым шуточный эффект, что мясо себе уже позволить не можем). Среди других примеров, также приём графического оформления целого текста: *JAK SEV*

YZN ATV

PRŮ ZKU

MECH^[66]

Данный пример газетного заголовка привлекает внимание читателя из-за своего необычного оформления, но после прочтения читатель может прийти к выводу, что данная информация не была для него оправданно необходимой. В этом случае заголовок выполнил свою рекламную функцию, то есть привлёк внимание своей формой и подачей, а не информативностью.

Следующие чешские примеры содержат элементы алфавитов иностранного языка: *Mamö máló*^[67] / (ср. уз. используется диакритика датского языка в словосочетании *máme malo*), *DAS auto 2030*^[68] / (ср. уз. употребление немецкого артикля), *PROTENTO KRÁT BABISHÖN UND MÁHREN*^[69] / (ср. уз. имеется ввиду Бабиш и Моравия, но они написаны с помощью немецкой диакритики), *do свидания! Velký třesk*^[70] / (ср. уз. в связи с уходом коммунистической партии из чешского парламента). Данные примеры представляют собой аттрактивную и людическую функцию языковой игры, так как своей формой привлекают читателя, а также вызывают комический эффект.

Примеры слов-вкладышей: *JEDEN ROKDOWN ZA NÁMI*^[71] / (ср. уз. Jeden rok и lockdown, имеется в виду что прошедший один год), *Nouzový sRaB*^[72] / (ср. уз. Nouzový stav), *Mi(ni)str přehmatů a zmatků*^[73] / (ср. уз. Mistr přehmatů a zmatků, внедрение скобок выполняет функцию компрессии и также экспрессии), *Fialová (ne)podpora*^[74] / (ср. уз. Fialová nepodpora), *Proč to SPOLU (zatím) nejde*^[75] / (ср. уз. вложение слова zatím дает надежду читателю на успех политической партии SPOLU), *(NE)Olympiáda*^[76]. А также

пример капитализации: *NĚCO se CHYSTÁ*^[77] / (ср. уз. выделенное выражение *пёсо chystá* меняет значение выражения за счёт возвратности глагола)

Таким образом, можно прийти к заключению, что графическая языковая игра в газетных заголовках встречается довольно часто. Среди самых частых способов реализации можно выделить следующие: капитализация, игра с латиницей, графическое оформление и слова-вкладыши. Данные приёмы реализации языковой игры на уровне графики слова и его оформления, в большей мере привлекают внимания читателя, так как ещё до прочтения и обработки информации, он сталкивается с визуальной стороной заголовка. Сравнивая реализацию графической языковой игры, можно прийти к выводу, что в чешских газетных заголовках данный вид языковой игры встречается в большей степени, чем в русских газетных заголовках.

2.4. Реализация морфологической ЯИ в русских газетных заголовках

При анализе русских газетных заголовков нами были обнаружены 7 примеров, где морфологическая языковая игра реализуется и создаёт комический эффект в СМИ. Морфологическая языковая игра составляет 4 % от общего количества собранных примеров русских газетных заголовков.

Данный вид языковой игры осуществляется за счёт неправильного употребления автором грамматической категории или расширения парадигмы грамматической категории. На основе собранного материала мы можем выделить среди русских газетных заголовков следующие примеры: *Судьба человекoв*^[78] / (ср. уз. Судьба людей, где людическая функция основывается на неправильном образовании множественного числа имени существительного), *Рoдину мaть зoвёт*^[79] / (ср. уз. Родина-мать зовёт, в данной примере обыгрывается нарушение грамматической категории падежа, что реализует собой смыслообразующую функцию), *Орбаны разберутся*^[80] / (ср. уз. Орбан разберётся, в заголовке речь идёт о премьер-министре Венгрии, так как это фамилия представляющего одного человека, обыгрывается неправильное образование множественного числа), *На стaрт с внимaнием*^[81] / (ср. уз. На старт, внимание, в данном примере употребление словосочетания с другим падежом), *Выбор сделав*^[82] / (ср. уз. Выбор сделан, обыгрывается неправильное образование краткой формы глагола, которая влияет на

смысл словосочетания), *Москва не сразу строила*^[83]/(ср. уз. Москва не сразу строилась, в данном примере происходит нарушение возвратности глагола в устойчивом выражении), *Очень грязная ложь*^[84]/(ср. уз. расширение парадигмы принятого устойчивого выражения «грязная ложь»). В данных примерах свою реализацию находит эвристическая функция за счёт нарушения общепринятых канонов.

Аномалии и реализации морфологической языковой игры в заголовках чешских СМИ нами почти были не обнаружены, связано это с тем, что в целом редакция СМИ обычно подвергается строгому процессу редактирования и корректуре, чтобы обеспечить правильность и качество публикаций. Нами был обнаружен лишь один пример среди чешских газетных заголовков: *Zažil jsem covid na vlastní kůži. Chřipečka to opravdu není*^[85]. Здесь слово «chřipečka» приобрело форму уменьшительно-ласкательного слова, но в связи с тем, что нормативное слово болезни гриппа в чешском языке определяется как chřipka, то аномалия этого вызывает комический эффект.

2.5. Реализация синтаксической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

Осуществление синтаксической языковой игры в русских газетных заголовках является не часто встречаемым явлением, так как был нами определен лишь в 3 примерах, что составляет всего 2 % от всех собранных примеров русских газетных заголовков. Среди исследуемого материала синтаксическую игру в заголовках русских СМИ можно выделить в следующих примерах: *Не привози цветочек аленький*^[86]/(ср. уз. правильный порядок слов бы был «аленький цветочек»), *Позорные волки*^[87]/(ср. уз. Волки позорные, где обыгрывается обратный порядок слов), *Как били молодого*^[88]/(ср. уз. эллипсис за счет пропуска дополнения). В данных примерах мы можем наблюдать реализацию как компрессивной функции, так и эвристической в реализации нарушения синтаксических норм.

Другую ситуацию представляет собой реализация синтаксической языковой игры в чешских газетных заголовках. Общее количество примеров, где данная игра реализуется составляет 15 заголовков, то есть 12% от всех чешских примеров языковой игры.

Реализация синтаксической игры в чешских газетных заголовках в большей степени осуществляется за счёт парцелляции, где разделение предложения или его выделение в отдельное привлекает внимание читателя и заставляет его прочитать заголовки полностью. Среди примеров парцелляции мы приводим следующие (6): *Chybí papír. Před Vánoci nejmíc^[89], Světový omyl. A příležitost^[90], Ruská ropa končí. Pro Česko později^[91], Dejte víc. Těm potřebným^[92], Zelené jádro a plyn. Dočasně^[93], Zeman požádal. Babiš často vyhověl^[94]*. Данные примеры выполняют компрессивную и комическую функции языковой игры, с помощью которых заголовки СМИ за счёт компрессии информации влияют на читателя, то есть может проявляться и воздействующая функция. Ещё одним способом осуществления синтаксической языковой игры является обособление однородных членов предложения, но при этом они не имеют общих признаков: *Rychleji, výše, k deprese^[95], Metro D, stavba století, v ohrožení^[96]*. Нами был также найден пример нестандартного порядка слов для чешского языка, сделанного автором специально для того, чтобы обратить внимание читателя на данное выражение: *Jak vyhořet covidu navzdory^[97]* / (ср. уз. *Jak vyhořet navzdory covidu*). Пример эллипсиса: *Piráti v problémech^[98]* / (ср. уз. отсутствует глагол быть (být), который в синтаксисе чешского языка является основой)

Также частым способом реализации является встречаемые так называемые синтаксические иронические сравнения (5): *Strach jako Babišova taktika^[99]* / (ср. уз. страх сравнивается с политической тактикой бывшего чешского премьер-министра Бабиша), *Mála města jako brána pro Čínany^[100]* / (ср. уз. небольшие города сравниваются с воротами для китайцев, имея в виду иронию того, что небольшой город для большого населения китайцев является лишь воротами в город), *Hrad jako Babišův úkryt^[101]* / (ср. уз. Праžský hrad сравнивается с укрытием для бывшего чешского премьер-министра Бабиша), *Zemanova rána nové tváři Česka^[102]* / (ср. уз. иронически сравнивается то что удар бывшего чешского президента это новое лицо Чехии), *Zdražení energií jako náraz do zdi^[103]* / (ср. уз. иронически сравнивается подорожание энергии со столкновением со стеной). Данные примеры выполняют комическую функцию языковой игры в заголовках СМИ, тем самым развлекают читателя и привлекая его.

2.6. Реализация словообразовательной ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

Полагаясь на теоретическую часть данной работы, можно сказать, что способы реализации словообразовательной языковой игры различны. В первую очередь, данный вид языковой игры позволяет автору проявить свои креативные способности в словообразовании и реализовать свои замыслы в процессе передачи зашифрованной информации читателю. В свою очередь, для читателя данный тип языковой игры является более простым для понимания и определения в заголовке в отличие от морфологической или синтаксической языковой игры, так как новообразованные слова сразу будут замечены читателем. При анализе собранного материала нами были обнаружены 27 примеров русских газетных заголовков, где происходит обыгрывание языковой игры на уровне словообразования. Это составило около 14 % среди других видов языковой игры, найденных в заголовках. К главным приёмам реализации словообразовательной языковой игры мы относим: контаминацию, суффиксацию, префиксацию, словосложение.

Наиболее часто встречаемым приёмом реализации языковой игры в заголовках СМИ является контаминация. Среди русских газетных заголовков мы можем выделить следующие примеры контаминации (17):

Олимпиадинские игры^[104] / (ср. уз. накладывание друг на друга двух словоформ «Олимпиада» и «Пекин»), *Рукопожатие крепкое*^[105] / (ср. уз. за основу берётся выражение «рукопожатие крепкое» при этом накладывается основа слова «ручей»), *Александр Лукашенко предъявил обвинения Западу*^[106] / (ср. уз. контаминация двух словоформ обвинения и свинья), *Зампредусмотрительное решение*^[107] / (ср. уз. контаминация сокращения «зам» как заместителя с выражением предусмотрительное решение), *Европа обайдена*^[108] / (ср. уз. для контаминации за основу взята фамилия президента Америки «Байден» и слово «обалдеть», комический эффект происходит за счёт того, что автор имеет в виду, что Европа сильно полагается на президента Америки), *Путин проявил медведчуткость*^[109] / (ср. уз. контаминация основанная на слиянии фамилии «Медведева» и слова «чуткость»), *Лукопожатие крепкое*^[110] / (ср. уз. контаминация фамилии президента РБ Лукашенко с выражением «рукопожатие», из контекста понимается, что речь идёт о президенте РБ Лукашенко и о его рукопожатии с президентом России), *Китай заставляет контейнерничать*^[111] / (ср. уз. контаминация двух слов «контейнер» и «нервничать»), *Шприцкриз*^[112] / (ср. уз.

контаминация слова «шприц» и известного названия военной операции «Блицкриг»), *Погромная империя*^[113] / (ср. уз. контаминация двух слов «огромная» и «погром», слияние создаёт комический эффект, так как обыгрываются два противоположных значения), *Майоритарная система*^[114] / (ср. уз. контаминация двух слов «майор» и «тоталитарная система»), *Индиологическая основа*^[115] / (ср. уз. контаминация двух слов «Индия» и «идеологическая»), *Дальнему востоку сильно недовезло*^[116] / (ср. уз. контаминация двух слов «не довести» и «не повезло»), *Атомные метанморфозы*^[117] / (ср. уз. контаминация двух слов «метан» и «метаморфозы»), *Невероатлантический альянс*^[118] / (ср. уз. контаминация двух слов «Североатлантический альянс» и «невера»), *Катарско-футбольное иго*^[119] / (ср. уз. контаминация двух выражений «татарско-монгольское иго» и «футбол в Катаре»), *С грузами все просто смерзительно*^[120] / (ср. уз. контаминация двух слов «смертельно» и «омерзительно»).

В данных примерах заголовков СМИ кроме комической функции в большей степени также реализуется языкотворческая функция, которая заинтересовывает читателя самого начала, так что ему хочется узнать больше информации.

Следующим приёмом для осуществления словообразовательной языковой игры является словосложение, то есть целые основы разных слов соединяются с друг другом и создаётся новое слово, обычно так чтобы вызвать комический эффект. Данные примеры среди русских заголовков характеризуются словосложением (4) : *Как все товарообернулось*^[121] / (ср. уз. сложение основ слов «товар» и «обернулось»), *Грустнопассажирские рейсы*^[122] / (ср. уз. сложение основ слов «грустный» и «пассажирский»), *Зомбоящик треснул*^[123] / (ср. уз. сложение основ слов «зомби» и «ящик»), *Рельсотрон жахнул*^[124] / (ср. уз. сложение основ слов «рельс» и «трон»). Кроме словосложения, также нами были обнаружены примеры суффиксации и префиксации (6): *Спорт-долото*^[125] / (ср. уз. префиксация приставки до- к выражению «Спорт-лото»), *Железнодорожающий транспорт*^[126] / (ср. уз. замена суффиксации на суффикс -ющ вместо суффикса -н, который образует слово «дорожный»), *Недоговоры*^[127] / (ср. уз. префиксация с приставкой не к слово «договоры»), *Депутатовка*^[128] / (ср. уз. суффиксация с помощью суффикса -ов и -к, которые участвуют в словообразовании названий деревень), *С суверенностью к себе*^[129] / (ср. уз. префиксация -с к выражению «с уверенностью в себе», что реализует уже новое слово «суверенность» и меняет целое значение выражения), *Новая минтайность*^[130] /

(ср. уз. суффиксация -ость к слову «минтай»). В данных примерах также свой потенциал находит языкотворческая функция.

Словообразовательная языковая игра встречается в чешских газетных заголовках, но гораздо реже, чем в русских. На основе собранного материала нами были обнаружены 10 примеров среди чешских газетных заголовков со словообразовательной языковой игрой, это составило лишь 7% от общего количества собранных чешских примеров.

В чешских газетных заголовках также встречается словообразовательная языковая игра. Среди собранного материала можно выделить следующие заголовки, где реализуется данный вид языковой игры : *Hledá se AntiZeman*^[131]/ (ср. уз. префиксация с помощью приставки anti), *Babišáda*^[132]/ (ср. уз. образование нового слова с помощью суффикса -ád), *PutinoBabiš*^[133]/ (ср. уз. словосложение двух фамилий «Putin» и «Babiš»), *Prezidentská prdeláčka*^[134]/ (ср. уз. образование нового слова с помощью суффикса -ačk, который часто встречается в названиях чешских супов, к примеру, «zelňačka», «česnečka»), *Český Dezoland*^[135]/ (ср. уз. слияние основы слова «dezolát» и суффикса германских языков -land), *Energošmejdi už nastoupili*^[136]/ (ср. уз. сложение основ слов «energie» и «šmejdi»), *Kryptošmejdi útočí*^[137]/ (ср. уз. сложение основ слов «kryptoměna» и «šmejdi»), *Fabriky jedou, covid necovid*^[138]/ (ср. уз. с помощью префиксации -ne-), *Vracejí se domů, válka neválka*^[139]/ (ср. уз. с помощью префиксации -ne-), *Trválka*^[140] / (ср. уз. контаминация слова на основе слов «trvalka» и «trvát»).

На основе данных примеров мы можем говорить, что словообразовательная игра все же более распространена в русских газетах, чем в чешских. Но при этом в обоих языках в заголовках СМИ данный вид языковой игры выполняет языкотворческую, эвристическую и комическую функции.

2.7. Реализация лексической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

В результате анализа русских газетных заголовков нами были обнаружены 81 примеров, в которых реализуется лексическая языковая игра. Данный вид языковой игры является самым значимым среди остальных видов, так как он составляет 42 % от всех примеров других видов языковой игры, реализованных в русских газетных заголовках. Следует отметить, что способы реализации данного вида языковой игры

сильно разнообразны, к ним мы относим: **паронирию, многозначность слов, метафору, метонимию, обыгрывание фразеологизмов, цитацию.**

Реализация лексической языковой игры становится катализатором для создания так называемых каламбуров. Большинство из которых содержит обыгрывание паронимов. Среди русских газетных заголовков содержащих данный приём реализации языковой игры встречается в следующих примерах (12): *Брюссельский капуста*^[141] / (ср. уз. Брюссельская капуста), *Остаться в жилых*^[142] / (ср. уз. Остаться в живых и жилые дома), *Слишком много за бот*^[143] / (ср. уз. Слишком много забот), *Переговоры за круглом столом*^[144] / (ср. уз. Переговоры за круглым столом), *Без особого востока*^[145] / (ср. уз. Без особого восторга), *Поджигатели волны*^[146] / (ср. уз. Разжигатели войны), *Короткое замыкание*^[147] / (ср. уз. Короткое замыкание), *В горячих точках по контракту*^[148] / (ср. уз. В горячих точка по контракту), *Связанные одной стелью*^[149] / (ср. уз. Связанные одной цепью), *Жадность это не порог*^[150] / (ср. уз. порог и порок за счёт игры слов осуществляют комический эффект, что у жадности нет предела), *Приступ беженства*^[151] / (ср. уз. беженство и приступ бешенство), *Пока не постно*^[152] / (ср. уз. постно и поздно). В данных примерах обыгрываются созвучность слов, или же их схожее звучание, но при этом их значения отличаются, поэтому при нарушении употребления данных слов происходит комический эффект. В заголовках СМИ данные примеры отличаются своей экспрессией, за счёт которой воздействуют на читателя, так как ему приходится лишь догадываться о чём будем текст.

При создании каламбуров встречается также обыгрывание многозначности слова. Данный способ обыгрывания содержится в русских газетных заголовков (4): *Нулевой сигнал*^[153] / (ср. уз. сигнал в данном случае говорит о нулевой реакции правительства на инфляцию), *Европа бьётся об потолок*^[154] / (ср. уз. потолок в значении предельной высоты в какой-то сфере), *Запад – враг, в сидеть нам*^[155] / (ср. уз. сидеть в значении в тюрьме), *Обвинения поставили на поток*^[156] / (ср. уз. в данном случае речь идёт о Северном потоке-2, здесь языковая игра осуществляется за счёт того, что обвинения теперь будут на постоянной основе).

Частым встречаемым приёмом реализации языковой игры на лексическом уровне является обыгрывание компонента фразеологизма или замена некоторых компонентов в закреплённом составе фразеологизмов. Данный способ реализации лексической языковой игры можно легко определить за счёт того, что отклонение или

неправильное употребление устойчивого выражения сразу же заметны читателю. Среди заголовков русских газет мы обнаружили следующие примеры приёма замены компонента в устойчивом выражении или фразеологизме (26): *Душа в пятки ушла*^[157] / (ср. уз. Душа в пятки ушла), *Если гора не идёт к Капабаху*^[158] / (ср. уз. Если гора не идёт к Магомеду), *Коллективная безопасность крепчает*^[159] / (ср. уз. Маразм крепчает), *С Новым ввозом*^[160] / (ср. уз. С Новым годом) , *Пришёл, увидел, запостил*^[161] / (ср. уз. Пришёл, увидел, победил), *В тихом омуте деньги водятся*^[162] / (ср. уз. В тихом омуте черти водятся), *Эксперты грязи не боятся*^[163] / (ср. уз. Танки грязи не боятся), *Что и требовалось подписать*^[164] / (ср. уз. Что и требовалось доказать), *Спор рождает прояснение*^[165] / (ср. уз. В споре рождается истина), *Ток перед родиной*^[166] / (ср. уз. Долг перед родиной), *Думы без огня не бывает*^[167] / (ср. уз. Дыма без огня не бывает), *Замедляй и властвуй*^[168] / (ср. уз. Разделяй и властвуй), *Мир, труд, качай*^[169] / (ср. уз. Мир, труд, май), *У экспорта глаза велики*^[170] / (ср. уз. У страха глаза велики), *После стрельбы кулаками не машут*^[171] / (ср. уз. После драки кулаками не машут), *Мать городов безопасных*^[172] / (ср. уз. Мать городов русских), *Не в бровь, а в глаз*^[173] / (ср. уз. Не в бровь, а в глаз), *Вашингтону протянули базу помощи*^[174] / (ср. уз. Вашингтону протянули руку помощи), *Вилами по воде писано*^[175] / (ср. уз. Вилами по воде писано), *в ОБСЕ тяжкие*^[176] / (ср. уз. пуститься во все тяжкие), *Хочешь мира, готовься к Стамбулу*^[177] / (ср. уз. Хочешь мира, готовься к войне), *Чтоб смерть мёдом не казалась*^[178] / (ср. уз. Чтоб жизнь мёдом не казалась), *На Украине Совет клином сошёлся*^[179] / (ср. уз. Свет клином не сошёлся), *Чеки вышли из берегов*^[180] / (ср. уз. Реки вышли из берегов), *Атакованных не судят*^[181] / (ср. уз. Победителей не судят), *Перпетуум мобилизация*^[182] / (ср. уз. Перпетуум-мобиле). На основе данных примеров мы видим, что новостные газеты часто прибегают к намеренному обыгрыванию фразеологизмов в заголовках для привлечения внимания читателя. В заголовках мы видим, что целостность фразеологизма умышленно нарушается для создания комического эффекта: один из компонентов фразеологизма заменяется на другой созвучный или же на совершенно другое слово, что придаёт устойчивому выражению новое значение. Читатель декодирует уже известный ему фразеологизм, замечает намеренную ошибку, совершенную автором, тем самым замечает реализованную языковую игру.

Другим достаточно распространённым элементом, с помощью которого часто реализуется лексическая языковая игра, является метафора. Данный троп в

исследуемом материале встречается в следующих примерах русских газетных заголовках (13) : *ЕС зеленеет от жадности*^[183]/ (ср. уз. речь идёт о экологической политике, которую проводит ЕС), *Призрак переговоров*^[184]/ (ср. уз. имеются в виду неуспешные переговоры между Украиной и Россией), *Путеводитель по войне*^[185]/ (ср. уз. в заголовке речь идёт о подробном обзоре важных аспектов войны), *Война по расписанию*^[186]/ (ср. уз. имеется в виду дата военного вторжения России на Украину), *Вихри судебные веют над нами*^[187], *Нефть дала трещину*^[188], *Газу включают рубильник*^[189], *Бизнес-план Гулаг*^[190]/ (ср. уз. экономический форум, на котором обсуждалась эффективная модель работы заключённых), *План «крепостные»*^[191]/ (ср. уз. речь идёт о том, как устроена современная сословная России), *Паста неприкасаемых*^[192]/ (ср. уз. о финансировании совладельцем макаронной фабрики политической партии), *Палачи «Мемориала»*^[193]/ (ср. уз. о закрытии общественной организации «Мемориал»), *Операция «русская хромосома»*^[194]/ (ср. уз. речь идёт о коллективном исправлении мышления среди людей, которые верят пропаганде), *Выборы в зоопарке*^[195]/ (ср. уз. в данном примере речь идёт о выборах талисмана на новый год 2022), *Земля горит*^[196]/ (ср. уз. данный пример употребляется в контексте фестиваля документального кино, посвящённого актуальным экологическим проблемам). На основе данных примеров мы можем наблюдать заголовки СМИ вводят читателя в заблуждения и без дополнительного контекста, ему уже тяжело понять тему, так реализуется воздействующая функция языковой игры.

Кроме обыгрывания метафоры, встречается также другой троп: метонимия. В русских газетных заголовках нами были найдены следующие примеры (6): *Внутренний спрос ставят на ноги*^[197], *Перетягивание ответа*^[198], *Погоны закрывают звезды*^[199]/ (ср. уз. в заголовке речь идёт о том, что люди в погонах могут запретить деятельность “Роскосмоса”), *Праздник приходит тихо*^[200], *Яблоко паники*^[201]/ (ср. уз. в связи с закрытием магазинов эпл техники у людей поднялась паника), *У Крыма снесло крышу*^[202].

Цитация обыгрывается в русских газетных заголовках достаточно часто. Это связано с тем, что читателю наиболее близки выражения из цитируемых произведений, фильмов, поговорок, или же известных фраз со времён прошлого. Среди русских газетных заголовков нами были обнаружены следующие примеры обыгрывания цитации (20): *Один день Александра Григорьевича*^[203]/ (ср. уз. цитирование названия произведения Солженицына «Один день из жизни Ивана

Денисовича», комический эффект происходит за счёт отсылки на события выборов 2020 в РБ), *спасение рядового Ryanair*^[204] / (ср. уз. цитирование названия американского фильма «спасите рядового Райна» с отсылкой на события связанных с посадкой самолета Ryanair на территории РБ), *Красавица и французиче*^[205] / (ср. уз. цитирование известного мультфильма «Красавица и чудовище»), *Невыносимая сладость бытия*^[206] / (ср. уз. цитирование названия чешского романа «Невыносимая легкость бытия»), *Горе от Дума*^[207] / (ср. уз. цитирование названия произведения произведение А.С.Грибоедова «Горе от ума»), *Цена, спаленная пожаром*^[208] / (ср. уз. цитирование строчки из стихотворения «Бородино» М.Ю. Лермонтова «Москва, спаленная пожаром»), *Кооперация их и другие приключения Шурика*^[209] / (ср. уз. цитирование названия известного советского фильма «Операция Ы и другие приключения Шурика»), *Герой нашего вымени*^[210] / (ср. уз. цитирование названия произведения М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени»), *На хуторе близ дворца*^[211] / (ср. уз. цитирование названия произведения Н.В. Гоголя, «На хуторе близ Диканьки»), *Молчание деньжат*^[212] / (ср. уз. цитирование названия американского хоррора «Молчание ягнят»), *Наступление и наказание*^[213] / (ср. уз. цитирование названия романа М. Достоевского «Преступление и наказание»), *Кооператив «Лебединое озеро»*^[214] / (ср. уз. цитирование балета «Лебединое озеро»), *Легко ли быть молодым*^[215] / (ср. уз. цитирование название советского фильма «Легко ли быть молодым»), *Вечера на хуторе близ Брюсселя*^[216] / (ср. уз. «Вечера на хуторе близ Диканьки»), *В здоровом теле – хвойный дух*^[217] / (ср. уз. цитирование известной поговорки В здоровом теле – здоровый дух), *По ком звонят санкции*^[218] / (ср. уз. цитирование известной фразы из романа американского писателя Эрнеста Хемингуэя «По ком звонят колокола»), *С любимыми на век прощайтесь, когда уходите на миг*^[219] / (ср. уз. цитация стихотворной строчки «С любимыми на не расставайтесь, а каждый раз навек прощайтесь, когда уходите на миг»), *Оставь надежду, всяк сюда въезжавший*^[220] / (ср. уз. цитата из «Божественной комедии» Данте «Оставь надежду, всяк сюда входящий»), *Жить стало лучше, но не менее трудней* / (ср. уз. цитирование известной фразы Сталина «Жить стало лучше, жить стало веселее»), *Вставай, страна частичная*^[221] / (ср. уз. «Вставай, страна огромная» из советской песни «Священная война»).

При анализе чешских газетных заголовков одной из самых частых встречаемых игр также является лексическая языковая игра. Нами было насчитано 63

примеров, где реализует данный вид языковой игры. Среди чешских газетных заголовков лексическая языковая игра составляет 52% от общего количества всех примеров с языковой игрой, то есть данный вид языковой игры является наиболее успешным в своей реализации в заголовках СМИ.

К приёмам обыгрывания лексической языковой игры в чешских заголовках мы относим следующие: паронимию, многозначность, омонимию, метафору и метонимию, также обыгрывание фразеологизмов и цитаций.

Среди чешских газетных заголовков можно выделить примеры обыгрывания паронимов (2): *Panáč roku*^[222] / (ср. уз. Pan roku), *To bude soda*^[223] / (ср. уз. To bude škoda). Обыгрывание многозначности слова, также встречается в следующих примерах (6): *Na Čechy se valí exekuční lavina*^[224] / (ср. уз. лавина в значении приближающейся опасности), *Jeden den mezi lovci migrantů*^[225] / (ср. уз. Один день среди охотников на мигрантов, обыгрывается многозначность слова охотники), *Nový evropský klub*^[226] / (ср. уз. употребление слова клуб в значении организации), *Nová Putinova partie*^[227] / (ср. уз. партия в значении шахматная и в значении политическая партия), *Chcete ho v čele? za týden rozhodnete*^[228] / (ср. уз. одним из значений слова čelo является лоб, но в данном контексте оно используется в значении «быть главой»), *Sonda do hlavy ruského poslance*^[229] / (ср. уз. слово sonda может быть в значении зонда или скважины, в данном случае, имеет в виду, что у русского депутата дырявая голова). Как мы видим, часто именно многозначность слова в составе словосочетания придаёт заголовку шуточный эффект. Также пример обыгрывания полного значения омонима: *Imunita versus imunita*^[230] / (ср. уз. имеется в виду иммунитет в значении неприкосновенности против иммунитета человека).

В чешских газетных заголовках реализация лексической языковой игры за счёт обыгрывания фразеологизмов или устойчивых выражений реализуется в меньшей степени, чем в русских заголовках. Среди чешских примеров нам удалось обнаружить следующие (6): *Třeštský průměr aneb Tour de Ves*^[231] / (ср. уз. Tour de France данное выражение является устойчивым названием вида соревнования по велоспорту), *Bez práce nejsou – zlaté-koláče*^[232] / (ср. уз. заголовок к получению чешскими спортсменками золотых медалей, обыгрывается фразеологизм Bez práce nejsou koláče), *Odmitat a chránit*^[233] / (ср. уз. Pomáhat a chránit данное выражение является девизом чешской полиции), *Když zavelí Landa, chcípne pes?*^[234] / (ср. уз. Když láska zavelí, rozum je v...» и «tady chípne pes», в данном случае наблюдаем комбинацию двух

фразеологизмов и ироничное отношение к чешскому певцу: «Když láska zavelí, rozum je v ...» или «Když láska zavelí, rozum odchází» (поговорка о том, что влюбленный человек ведет себя иррационально) и «tady chcípl pes» (ничего не получается, ничего не происходит). В отличие от оригинала, имеющего значение «одержан любовью, человек совершает много, рационально не рассуждая о последствиях», данный вариант передает значение «Когда Ланда призывает к действиям, то не происходит вообще ничего; человек, послушавший призывы Ланды все равно их не выполняет), *Řídit stát jako traktor*^[235]/ (ср. уз. обыгрывание главной фразы предвыборной компании бывшего премьера Чехии А.Бабиша *Řídit stát jako firmu*), *Kdo kanálu víko krade, sám do něj padá*^[236]! / (ср. уз. обыгрывание фразеологизма *Kdo jinému jámu kopá, sám do ní padá* речь идет о клиенте страховой компании, который пожаловался на происшествие, однако, как выяснилось, он упал в канализацию из-за того, что раньше до этого украл тот самый люк и сдал его в металлолом, чтобы получить деньги на выпивку). В данных примерах проявляется языковая игра в обыгрывании чешских устойчивых выражений: добавление нового компонента в состав фразеологизма, замена компонента в составе устойчивого выражения).

Следующим приёмом реализации лексической языковой игры в чешских газетных заголовках является метафора, нами были собраны следующие примеры (37): *Vláda si dává vlastní gol, neplní sliby*^[237]/ (ср. уз. в данной примере обыгрывается выражение правительство забило себе собственный гол, то есть комический эффект осуществляется за счёт того, что выражение (забить в собственные ворота гол) становится метафоричным), *Absolutní kocourkov*^[238]/ (ср. уз. в данном примере выражение город Глупцов употребляется в контексте того, что уже все чешские политики были проверены полицией), *Vlak strachu a naděje*^[239]/ (ср. уз. данный пример отображает ситуацию связанную с беженцами на Украине), *Nekonečný seriál «nový stavební zákon»*^[240]/ (ср. уз. данный пример обыгрывает ситуацию, касающуюся принятия нового строительного закона, говоря о нем как о бесконечном сериале) *Bergamo v Česku*^[241], *Slepý boj Česka s britskou mutací*^[242]/ (ср. уз. слепая битва Чехии с британской мутацией), *Systém Babiš*^[243]/ (ср. уз. речь идет о Андрее Бабише и его политической идеологии), *Odchází Paní Nenahraditelná*^[244]/ (ср. уз. речь идёт об отставке немецкого канцлера Ангелы Меркель), *Zemanův seznam*^[245], *Nečekaný návod na štěstí*^[246], *Tanky ničí obilnici světa*^[247]/ (ср. уз. речь идёт о Украине, как о главном поставщике зерна), *My, děti covidu*^[248], *Miss dluh*^[249] / (ср. уз. речь идёт о бывшем

министре финансов), *Život naruby*^[250], *Česká velmoc*^[251], *Babišovo francouzské panství*^[252]/ (ср. уз. речь идет о монополии Бабиша в Чехии), *Superlek na covid brzdí paragrafy*^[253]/ (ср. уз. супер лекарство против коронавируса тормозит параграфы закона), *Státní zmatek*^[254]/ *Políček vládě*^[255]/ *Putinovi sirotci*^[256], *Úder na Putinovou pýchu*^[257]/ (ср. уз. в данном заголовке под атакой на гордость Путина имеется ввиду Крымский мост), *Válka přišla do srdce ruské pýchy*^[258]/ (ср. уз. в данном заголовке под сердцем русской гордости имеется в виду Крымский мост). Два разных заголовка отображают информацию об одной и той новости, но воздействуют на читателя одинаково: в обоих случаях Крымский мост ассоциируется с гордостью России. *Nadějná pilulka proti covidu*^[259], *Medailoví kamarádi*^[260], *Peníze zdraží*^[261], *Dokonalá lež*^[262], *Mezi pacienty řadí doktor Google*^[263], *Parkovací peklo*^[264], *Opičí panika*^[265]/ (ср. уз. данный заголовок отображает панику людей связанную с недостаточностью вакцин от обезьяньей оспы), *Drahé levné kempy*^[266], *Nefalšovaný teror*^[267]/ (ср. уз. высказывание президента Украины Зеленского на тему войны), *Začátek konce*^[268], *Hrdinky pandemie*^[269]/ (ср. уз. героями пандемия данный заголовок говорит так о работающих женщинах), *Drama na křižovatce civilizací*^[270], *Fialová premiéra*^[271]/ (ср. уз. имеется в виду первый день в должность нового премьер-министра). Среди чешских газетных заголовков примеры обыгрывания метонимии встречается реже (10): *Příliš Mocný Twitter*^[272], *Putinova chudoba*^[273], *Oprava Země je velmi nejistá*^[274]/ (ср. уз. в заголовке под ремонтом Земли подразумеваются связанные с этим ее климатические изменения и экологические проблемы), *Energetické zlo přichází z Bruselu*^[275], *Vyluxují vám účet během vteřiny*^[276], *Osudový omyl*^[277], *Kde vážně očkování*^[278], *Nemocná země*^[279], *Kdo slouží zlu*^[280]/ (ср. уз. под злом в заголовке подразумевается президент России В.В.Путин), *Dovolena v Česku provětrá peněženku*^[281].

Приём цитации в чешских газетных заголовках не является часто используемым, нами были обнаружены следующие примеры (3): *Divné hrátky s dějinami*^[282]/ (ср. уз. цитирование *Hrátky s čertem*), *Perpetuum nesmyslum, Czech made*^[283]/ (ср. уз. *Perpetuum mobile* как вечный двигатель), *Studená válka Česka mezi Ruskem*^[284]/ (ср. уз. цитирование исторического события: холодной войны между СССР и США).

2.8. Реализация ЯИ с семантикой в русских и чешских газетных заголовках

Языковая игра на уровне семантики также была встречена нами в русских газетных заголовках, но в меньшей степени чем примеры других видов языковой игры. Нами было найдено 9 примеров, который содержат семантическую языковую игру. Это составило 5% от общего количество собранных всех примеров других видов языковой игры, реализованных в русских газетных заголовках.

Данный вид языковой игры происходит в большей степени за счёт реализации языковой игры связанной с категорией одушевлённости/неодушевлённости. Среди русских газетных заголовков мы определили следующие примеры (5): *Вирус уходит, но не прощается*^[285], *Еду вызвали на ковёр*^[286], *Достояние рассталось с состоянием*^[287], *Как НАТО ляжет*^[288], *Месяц код бережёт*^[289].

Также в заголовках русских СМИ осуществляется языковая игра с семантикой частей тела (4): *Нос, честь и совесть нашей эпохи*^[290] / *COVID оставляют с носом*^[291], *В поисках руки рынка*^[292], *Первый нос Америки*^[293].

Что касается реализации языковой игры на уровне семантики в чешских заголовках, то её процентное составляющее является на порядок ниже, чем в русских газетах. Семантическая языковая игра составляет лишь 4 % среди общего количества чешских примеров. Среди чешских газетных заголовков мы выделяем следующие заголовки, где осуществляется языковая игра с семантикой: *Úspory z doby covidu začali hubnout*^[294], *Inflace nabírá druhý dech*^[295], *Evropská plynová brzda české firmy nenadchla*^[296], *Česku dochází dech*^[297], *Vichřice zabíjela a pustošila*^[298].

2.9. Реализация стилистической ЯИ в русских и чешских газетных заголовках

При анализе собранного материала нам встречалась стилистическая языковая игра равноценно, как и в чешских, так и в русских газетных заголовках. Стоит отметить, что данный тип языковой игры присутствует в чешских и русских СМИ, но тяжело определим читателем, так как это требует от него понимания разных стилей языка и умение их различать. Данный вид языковой игры составляет 5 % от общего количества всех русских газетных заголовков. Среди примеров русских газетных заголовках мы выделяем следующие примеры (7): *Смотрим смерти прямо в рыло*^[299], *Дичь*^[300] (ср. уз. данный пример передаёт экспрессивную реакцию на сделавшем

охотником фотографию на фоне трупов полутора сотен птиц, то есть слово дичь выступает и в роли дикой птицы, и как жаргонизм), *Набычились*^[301], *Жесть собачья*^[302], *Набили едальники*^[303], *Паханы*^[304], *Рынок недобычился*^[305]. В данных заголовках обыгрываются жаргонизмы, которые выполняют прежде всего экспрессивную и воздействующую функции в СМИ. А также примеры обыгрывания молодёжного сленга: *У мигрантов все налайтится*^[306] / (ср. уз. налайтиться используется среди молодёжи и имеет значение нейтрального наладиться), *Бравый фейк солдат*^[307] / (ср. уз. фейк употребляется также среди молодежи, чаще всего на просторах интернета и имеет значение фальшивый, то есть ненастоящий *бравый солдат*). За счёт данного обыгрывания сленга заголовки СМИ обладают большим количеством экспрессивности и воздействия на читателя, также выполняет комическая функция за необычности выражения.

Данный вид языковой игры также реализуется и в чешских газетных заголовках. Среди анализируемого материала мы обнаружили 8 примеров, где происходит обыгрывание стилистической языковой игры, это составляет 6% от общего количества собранных чешских примеров: *40 let estébákem*^[308] / сленговое обозначение для StB (Státní bezpečnost), *Skutečné mordy*^[309] / (ср. уз. использование архаичного слова, нейтрально бы было так «Skutečné vraždy»), *Rusák nás chytil do pasti*^[310] / (ср. уз.употребление сленга вместо «Rus nás chytil do pasti»), *Diletantismus vlády*^[311] / (ср. уз. употребление термина вместо нейтрального по стилю «Neodbornost vlády»), *Licoměrný přístup státu*^[312] / (ср. уз. употребление высокого по стилю слова вместо «Falešný přístup státu»), *Rozkmotření*^[313] / (ср. уз. употребление устаревшего слова вместо нейтрального «Zneprátelit se»), *Vláda žvanilů*^[314] / (ср. уз. стилистически низкое слово означает человека, который много говорит неправды), *Proč proboha Babiš?*^[315] / (ср. уз. употребление жаргонизма).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе нашего исследования мы пришли к следующим выводам.

По итогам практической части был проведён анализ 193 русских газетных заголовков и 123 чешских газетных заголовков, в которых была реализована языковая игра. Языковая игра реализуется на всех лингвистических уровнях, как и в русских газетных заголовках, так и в чешских газетных заголовках. Что свидетельствует о тенденции СМИ использовать языковую игру для привлечения внимания читателя и воздействия на него. Количество приведённых примеров в соответствии с языковыми уровнями, составило следующие результаты: лексическая языковая игра (144), фонетическая языковая игра (51), словообразовательная языковая игра (37), графическая языковая игра (27), синтаксическая языковая игра (18), стилистическая языковая игра (17), семантическая языковая игра (14), а также морфологическая языковая игра (8).

На фонетическом уровне языковая игра в русских газетных заголовках реализуется в большей мере, чем в чешских газетных заголовках. Данный вид языковой игры составил 23 % от количества общих примеров русской языковой игры. В русских газетных заголовках самым частым приёмом для реализации фонетической языковой игры оказалась замена одного звука на другой (26). Главная задача данных заголовков в СМИ заключается в реализации смыслообразующей, игровой функции, а также в повышении экспрессивности заголовка. В чешских примерах данный способ не был вовсе реализован, а фонетическая языковая игра осуществлялась за счёт аллитерации (3) и анафоры (2). В данных примерах именно осуществляется ludicкая функция.

На графическом уровне языковая игра преобладает в большей степени в чешских газетных заголовках, чем в русских газетных заголовках. Данный вид языковой игры составил 12 % от количества общих примеров чешской языковой игры. Реализация графической языковой игры в русских газетных заголовках чаще всего происходила за счёт капитализации (6), с помощью чего выполнялась смыслообразующая, парольная и маскировочная функции в заголовках СМИ. В чешских газетных заголовках распространёнными приёмами данного вида языковой игры являются слова-вкладыши (7) и обыгрывание элементов алфавита иностранного языка (4).

На морфологическом уровне языковая игра в русских газетных заголовках имеет различные способы реализации: нарушение употребления грамматической категории числа, падежа, вида, залога глагола, а также расширение морфологической парадигмы слова. Но несмотря на это данный вид языковой игры составил лишь 4 % от количества общих примеров русской языковой игры. На этом лингвистическом уровне языковая игра находит свою реализацию в эвристической функции, то есть за счёт нарушения языковых канонов, происходит создание нового слова. Кроме того, СМИ используют данный вид в заголовках для создания комического эффекта, а также передачи экспрессивности. Морфологическая языковая игра в чешских газетных заголовках осуществляется в малых количествах.

При анализе языковой игры на синтаксическом уровне выявляются следующие результаты: чешская синтаксическая языковая игра (12 %), а русская языковая игра (2%). Важным является то, что в чешских газетных заголовках чаще всего встречались парцелляция и иронические сравнения, когда в русских газетных заголовках языковая игра осуществляется в большинстве случаев за счёт аномального порядка слов и эллипсиса. Данный тип языковой игры в заголовках используется для компрессии информации и тем самым служит в СМИ приёмом введения в заблуждения читателя.

На словообразовательном уровне языковая игра в большей степени реализуется в русских газетных заголовках по сравнению с примерами языковой игры в чешских заголовках. Данный вид языковой игры составил 14 % от количества общих примеров русской языковой игры. Можно утверждать, что русский язык обладает свободой в словообразовании и стремится к образованию новых окказиональных слов. Большинство примеров словообразовательной языковой игры представлены контаминацией и словосложением, когда в чешских газетных заголовках образование новых слов происходит за счёт суффиксации и префиксации. Данный вид языковой игры в чешских заголовках в собранном нами материале составил 7 %. В обоих языках в заголовках СМИ осуществляется языкотворческая функция, где автор может реализовать свой креативный лингвистический потенциал для создания комического эффекта.

На лексическом уровне языковая игра успешно реализуется в полной мере в русских газетных заголовках. Данный вид языковой игры составил 42 % от количества общих примеров русской языковой игры. Самым распространённым способом реализации лексической языковой игры являются каламбуры. Каламбуры могут

строиться на обыгрывании паронимии (12) и многозначности слова (4) в различных выражениях. Стоит отметить, что самым частым приёмом лексической языковой игры является обыгрывание компонентов фразеологизмов (26) и приёма цитации (20). Также важными лексическими элементами для реализации лексической языковой игры являются метафора (13) и метонимия (6). В первую очередь, данный тип языковой игры в заголовках выполняет функцию экспрессивности и воздействия на читателя, но при этом задачей также является его рассмешить. В чешских газетных заголовках лексическая языковая игра является наиболее реализованной за счёт других способов: метафоры (37) и метонимии (10). Необходимо отметить, что среди чешских газетных заголовков лексическая языковая игра составляет 52 % по сравнению с другими видами чешской языковой игры, то есть на данном лингвистическом уровне языковая игра в большей степени проявляется.

Языковая игра с семантикой не является часто встречаемой в газетных заголовках. В большей степени данный вид языковой игры осуществляется в русских газетных заголовках чем в чешских. Семантическая языковая игра составила 5 % от количества общих примеров русской языковой игры. Среди чешских газетных заголовков языковая игра также присутствует (4 %). Большинство примеров реализуют в себе обыгрывание категории одушевлённости и неодушевлённости, создавая при этом комический эффект в заголовках СМИ.

На стилистическом уровне языковая игра встречается в газетных заголовках обоих языков. Данный вид языковой игры составил 5 % от количества общих примеров русской языковой игры, а среди чешских примеров составил 6 %. Осуществление стилистической языковой игры в обоих языках происходит за счёт смешивания стилистически разных окрашенных слов, то есть употребления низкого по стилю слова в контексте высокого стиля и наоборот. Также чрезмерно обыгрывание жаргонизмов, сленга и архаичных слов в заголовках СМИ повышает их экспрессивность, а тем самым и воздействующую функцию.

Таким образом, языковая игра присутствует в медиапространстве обоих языков, но с точки зрения частоты использования языковой игры в современных газетных заголовках: российские СМИ более насыщены языковой игрой, чем чешские, что, соответственно, оказывает большее влияние на читателей.

RESUMÉ

Tématem předkládané práce je *Jazyková hra v titulcích ruských a českých novin*. Vzhledem k neustálému vývoji internetu a s tím souvisejícím proměnám informačních médií je problematika jazykových změn sdělovacích prostředků aktuálním tématem. Předmětem této práce jsou různé způsoby jazykové hry v novinových titulcích ilustrující současnou podobu tohoto vývoje napříč zvolenými mediálními prostory.

Hlavním cílem této práce je zjistit, jaké jazykové hry a způsoby její realizace se v ruštině a češtině vyskytují nejčastěji. Materiál pro výzkum byl získán z elektronických archivů ruských a českých novin na veřejně dostupných internetových stránkách. Pro analýzu byla vybrána tato ruská média: «Коммерсантъ», «Новая газета», «Известия», «Московский комсомолец» a česká periodika: *Lidové noviny*, *Hospodářské noviny*, *Deník N*, *MF Dnes*, *Právo*, *Týdeník Forum*, *Respekt*, *Reflex* a *Haló noviny*. Novinové titulky byly záměrně vybrány z článků publikovaných mezi lety 2021–2022.

Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. Součástí práce jsou také dvě přílohy v podobě grafů, které ukazují procentuální zastoupení jednotlivých typů jazykové hry v daném jazyce.

V první kapitole této práce jsou uvedena základní teoretická východiska vycházející z úvah o jazyce médií a jeho vlastnostech, na základě prací ruských lingvistů T. G. Dobrosklonské (2006), A. P. Skovorodnikova a G. A. Kopniny (2008), G. J. Solganika (2008). Z těchto prací lze vyvodit, že mediální jazyk je poměrně rozmanitý a všestranný, kromě informativnosti je pro něj charakteristická silná expresivita, která stírá stylové hranice a otevírá mnoho možností pro realizaci mimojazykových záměrů. Titulek je důležitou verbální složkou mediální komunikace a hraje důležitou roli v procesu předávání informací čtenáři. Hlavním rysem titulku je jeho dvojitý vztah mezi textem a čtenářem. Hovoříme-li o funkci titulku, v mediálních textech se nejčastěji vyskytuje funkce ovlivňovací, neboť úkolem titulku je upoutat a udržet pozornost čtenáře.

Ve druhé kapitole teoretické části jsme se zabývali důležitým prostředkem k dosažení cílů titulku – jazykovou hrou. Na základě prací autorů, jako jsou V. Z. Sannikov (2002), S. V. Iljasova a L. P. Amiri (2009), B. Y. Norman (2006), T. A. Gridina (1996) a mnoho dalších, je v lingvistice jazyková hra definována jako řečová technika vědomého porušování nebo odchylování se od jazykových norem s cílem vyvolat u příjemce smích a zároveň rozvíjet jazykové schopnosti adresáta a příjemce. Zamýšlíme se nad funkcí jazykové hry v

mediálním prostoru, zda je jejím úkolem pouze kreativně rozvíjet jazyk, vytvářet komický efekt, nebo zda je důležitým maskovacím prvkem v procesu předávání informací. Můžeme tvrdit, že jazyková hra vytvářením vtipného efektu kóduje informace, které nesou určitý negativní význam, a tím uhlazuje příliš ostré a hrubé výroky.

Ve třetí, závěrečné kapitole teoretické části se detailněji zabýváme hlavními typy jazykových her, přičemž se opíráme především o klasifikaci V. Z. Sannikova (2002), ale také o práce E. A. Zemské (1983), T. A. Gridinové (1996), O. J. Konovalové (2008), B. J. Normana (2006), L. P. Amiriho a S. V. Iljasova (2009) a mnoha dalších. Autoři se shodují, že typy jazykových her je třeba dělit podle jazykových rovin: fonetické, grafické, syntaktické, morfologické, slovtvorné, lexikální, sémantické, stylistické. Na každé z těchto rovin se jazyková hra realizuje prostřednictvím určitých mechanismů, které v této části práce detailněji popisujeme.

Poslední kapitola této práce je věnována praktické části, tedy analýze projevů jazykové hry v novinových titulcích v ruském a českém mediálním prostoru. V praktické části se zaměřujeme na analýzu technik jazykové hry na všech jazykových rovinách ve vybraných ruských a českých novinových titulcích. Na každé z jazykových rovin podáváme podrobnou analýzu toho, jakým způsobem a jakými prostředky je v daném titulku realizován určitý typ jazykové hry. Celkově bylo v rámci výzkumu analyzováno 123 českých a 193 ruských novinových titulků.

Na základě této analýzy docházíme k následujícím závěrům:

- Jazyková hra v novinových titulcích je realizována v obou jazycích, v případě ruských médií je tomu ale signifikantně častěji, jak dokládá příloha č. 1.
- Z hlediska typologie jazykové hry převažuje, v českých novinových titulcích, specificky na grafické a syntaktické rovině, zatímco u ruských protějšků se jazyková hra častěji vyskytuje v rovině fonetické, slovtvorné a lexikální.

Mezi ruskými příklady novinových titulků, kde je jazyková hra realizována, jsme našli 45 příkladů fonetické úrovně, zatímco mezi českými novinovými titulky pouze 6 takovýchto příkladů.

V grafické rovině je jazyková hra v českých a ruských novinových titulcích poměrně vyrovnaná. Mezi ruskými novinovými titulky jsme našli 12 příkladů, kde dochází k procesu grafické jazykové hry, zatímco v českých novinových titulcích je takových příkladů

15. V obou jazycích se realizace jazykové hry odehrává prostřednictvím psaní velkých písmen, vkládání slov, hry s latinkou nebo jinými jazykovými abecedami.

Na morfologické úrovni má jazyková hra v ruských novinových titulcích různé způsoby realizace, zatímco v českých novinových titulcích se jedná pouze o ojedinělé užívání. Mezi ruskými příklady jsme analyzovali 7 příkladů, mezi českými pouze 1 příklad.

Analýza jazykové hry na syntaktické úrovni ukazuje zajímavé výsledky. V českých novinových příkladech jazyková hra převažuje nad ruskými. Analyzovali jsme 3 ruských příkladů a 15 českých příkladů. V českých novinových titulcích se navíc častěji vyskytovala parcelace a ironická přirovnání, zatímco v ruských novinových titulcích se jazyková hra realizuje především prostřednictvím abnormálního slovosledu a elipsy.

Na slootovorné úrovni má jazyková hra značně diverzní realizaci, jelikož tato úroveň plní jednu z hlavních funkcí jazykové hry – jazykovou tvořivost. Počet ruských příkladů tohoto typu jazykové hry převyšoval počet českých příkladů, kdy činil u Rusů 27 příkladů a u Čechů pouze 10 příkladů. Lze říct, že ruština je v tvoření slov mnohem svobodnější a nebojí se tvořit nová slova pro potřebný kontext. Nejvíce příkladů na slootovornou jazykovou hru představuje kontaminace a skládání, kdežto v českých novinových titulcích se nová slova tvoří hrou se sufixací a prefixací.

Analýza jazykové hry na lexikální úrovni ukázala, že se v obou jazycích hojně využívána, a to se značnou diverzitou. V českých novinových titulcích je lexikální složka nejvíce zastoupenou částí jazykové hry. Mezi titulky jsme analyzovali 81 ruských příkladů a 63 českých příkladů. Za zmínku také stojí, že v ruských novinových titulcích je jazyková hra nejčastěji realizována buď prostřednictvím frazém, metafor a citátů, zatímco mezi českými novinovými titulky převažuje především metafora a metonymie.

Jazyková hra na sémantické úrovni není v novinových titulcích příliš rozšířeným způsobem ztvárnění. Tento typ jazykové hry se objevuje častěji v ruských novinových titulcích než v českých. Mezi ruskými novinovými titulky jsme našli 9 příkladů, zatímco mezi českými novinovými titulky pouze 5. Kritérium životnosti a neživotnosti těchto podstatných jmen je v každém z titulků zastoupeno ve větší míře.

V rovině stylistické má jazyková hra méně významnější zastoupení jak v ruštině, tak v češtině. Mezi ruskými novinovými titulky jsme našli 9 příkladů, kde se tento typ jazykové hry realizuje, a 8 českých příkladů. Ve větší míře se jazyková hra realizuje porušováním stylistických norem jazyka.

Na základě provedené analýzy jazykové hry v titulcích ruských a českých novin podle jazykových rovin je patrné, že k jejímu využívání dochází téměř výhradně častěji v případě ruských médií. Svědčí o tom jak celkový počet shromážděných příkladů, tak rozdíly ve způsobech realizace tohoto typu jazykové hry. V ruských médiích se jazyková hra realizuje ve větší míře v rovině jazykové a tvůrčí, zatímco česká jazyková hra preferuje hru se strukturou věty a s její konstrukcí v textu. Z toho také vyplývá, že jazyková hra v ruských médiích více působí na čtenáře a má větší potenciál čtenáře uvést v omyl, v českých médiích se navzdory snaze čtenáře ovlivnit převažuje snaha uchovat informační hodnotu.

Список литературы:

- Азарян, Д. А.** (2020). *Оценочная функция языковой игры*. Электронный научный журнал. № 1 (30), с. 26–29.
- Богданова, О. Ю.** (2007). *Заголовок как элемент текста*. Вестник Костромского государственного университета, № 13 (1), с. 116–119.
- Болдарева, Е.Ф.** (2002). *Языковая игра как форма выражения эмоций: дисс....канд. филол. наук*. Волгоград, 160 с.
- Булыгина Т. В., Шмелёв А.Д.** (1997). *Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики)*. Москва: Школа «Языки русской культуры», 576 с.
- Васильева, А. Н.** (1982). *Газетно-публицистический стиль. Курс лекций по стилистике русского языка для филологов*. Москва: „Русский язык“, 198 с.
- Вомперский, В. П.** (1996). *К изучению синтаксической структуры газетного заголовка*. Искусство публицистики: пробл. теор. и практ. Алматы, с. 82–85.
- Голуб, И.Б.** (2010). *Стилистика русского языка*. Москва: Айрис Пресс, 435 с.
- Гридина, Т. А.** (1996). *Языковая игра: стереотип и творчество*. Екатеринбург: Урал.ГПИ, 215с.
- Гридина, Т. А.** (2013). *К истокам вербальной креативности: творческие эвристики детской речи*. Лингвистика креатива-1. Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», с.5-59.
- Гуревич, С.М.** (2004). *Газета: вчера, сегодня, завтра*. Москва: Аспект Пресс, 288 с.
- Давыдова, С.В.** (2011). *Язык средств массовой информации*. Lingua mobilis. №2 (28), с. 93–96.
- Доброва, М. С.** (2019): *Русские фразеологизмы в интернет-дискурсе: функциональный аспект*. Оломоуц: Издательство ун-та им. Ф. Палацкого, 282 с.
- Доброва, М.С.** (2021). *Фразеологические дисфемизмы и эвфемизмы в русскоязычном интернет-дискурсе*. Rossica Olomucensia. Vol. LX. Časopis pro ruskou a slovanskou filologii. № 2. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, с. 33–46.

- Добросклонская, Т.Г.** (2006). *Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации*. Вестник Московского университета. №2 (10), с. 20–33.
- Добросклонская, Т.Г.** (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ*. Москва, с.203
- Ефремова, Е. С.** (2013). *Функции языковой игры в интернет-дискурсе*. Вестник МГИМО Университета, №3 (30), с. 237–238.
- Жеребило, Т.В.** (2010). *Словарь лингвистических терминов*. Назрань: Изд. Пилигрим, 488 с.
- Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н. Н.** (1983). *Русская Разговорная речь: Фонетика.Морфология.Лексика.Жест*. Москва: Наука, 239 с.
- Земская, Е. А.** (1992). *Словообразование как деятельность*. Москва: Наука, 220 с.
- Иванова Л. Ю., Сквородникова А.П., Ширява Е.Н.** (2003). *Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник*. Москва: Флинта, 840 с.
- Ильясова, С. В.,Амири, Л.П.** (2009). *Языковая игра в коммуникативном пространстве сми и рекламы*. Москва: Флинта, 297 с.
- Ковыляева, Н.Е.** (2015). *Языковая игра как средство формирования семантики и прагматики дискурса (на материале текстов различных функциональных стилей): дисс....канд. филол. наук. Нальчик, 186 с.*
- Кожина, Н.А.** (1986). *Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология (на материале русской прозы XIX – XX вв.): дисс....канд. филол. наук.Москва, 236 с.*
- Коновалова, О.Ю.** (2008). *Языковая игра в современной русской разговорной речи*. Владивосток: Изд. ВГУЭС, 196 с.
- Костомаров, В.Г.** (1971). *Русский язык на газетной полосе*. Москва: Изд. Моск. ун-та, 265 с.
- Кривенко, Б.В.** (1993). *Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект*. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 136 с.
- Куранова, Т. П.** (2010). *Функции языковой игры в медиаконтексте*. Ярославский педагогический вестник, №1 (4), с. 272–277.

- Лазарева, Э. А.** (1989). *Заголовок в тексте*. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 96 с.
- Леванова, Е. А.** (2008). *Игра в тренинге. Возможности игрового взаимодействия*. СПб.: Питер, 208 с.
- Маринова, Е.В.** (2007). *Латиница в русском письме: проблема графического заимствования*. Жизнь языка. Памяти М.В. Панова. Москва: Языки славянской культуры, с. 323–335.
- Мужев, В.С.** (1970). *О функциях заголовков*. Ученые записки МГПИИЯ им. М. Горького. (55). Вопросы романо-германской филологии. Москва, с. 86–94
- Нелюбин, Л.Л.** (2003). *Толковый переводоведческий словарь*. Москва: Флинта, Наука, 320 с.
- Ноздрина, Л.А.** (1982). *Заглавие текста*. Грамматика и смысловые категории текста: Сб. науч. тр. им. М. Горького. (189). Москва, с. 183–200.
- Норман, Б.Ю.** (2006). *Игра на гранях языка*. Москва: Флинта, Наука, 344 с.
- Нухов, С. Ж.** (1997). *Языковая игра в словообразовании (на материале лексики англ. яз.)*: дис.... д-ра филол. наук. Москва, 372 с.
- Ожегов, С. И.** (2000). *Толковый словарь русского языка*. Москва : Азбуковник, 940 с.
- Петрова, Т. А.** (2013). *Язык средств массовой информации: теоретическое осмысление нормативного аспекта*. Вестник Академии знаний, №3 (6), с. 80-86.
- Попов, А.С.** (1966). *Синтаксическая структура современных газетных заголовков и ее развитие*. Развитие синтаксиса современного русского языка. Москва, с. 95–126.
- Рахматуллина, З.** (2022). *Духоформирующий и воспитательный потенциал национальных СМИ*. Ватандаш. № 2(305), с. 91–100.
- Руденко, Д.И., Прокопенко, В.В.** (1995). *Философия языка: Путь к новой эпистеме*. Язык и наука конца XX века. Москва: РГГУ, с. 118–143.
- Сковородников, А. П., Копнина, Г. А.** (2008). *Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка*. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Москва: Академический проект; Альма Матер, 760 с.

- Сметанина, С. И.** (2002). *Медиа́тeкст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века)*. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., 383 с.
- Солганик, Г.Я.** (2008). *О языке и стиле газет. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Москва: МГУ, 268 с.
- Степанова, Л.** (2011). *Современный русский язык: праздник вербальной свободы*. Оломоуц: Университет Палацкого в Оломоуце, 190 с.
- Стеценко, Н. М.** (2011). *О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс*. Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки, 24 (63), с. 372–378.
- Татаринов, В.А.** (2007). *Язык сми как объект филологического исследования и как предмет медиалингвистики*. Язык средств массовой информации. Москва: МГУ, с. 14–30.
- Турчинская, Э. И.** (1984). *Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле*. Москва: УОР, 234 с.
- Хазагеров, Г.Г.** (1984). *Функции стилистических фигур в газетных заголовках*. Ростов: н/Д, 157 с.
- Шестёркина, Л. П., Борченко, И. Д.** (2014). *Основные характеристики новых социальных медиа*. Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. (2), с. 107-111.

Приложения

Список приложений:

Приложение № 1: Диаграмма с количеством процентов ЯИ в русских газетных заголовках

Приложение № 2: Диаграмма с количеством процентов ЯИ в чешских газетных заголовках

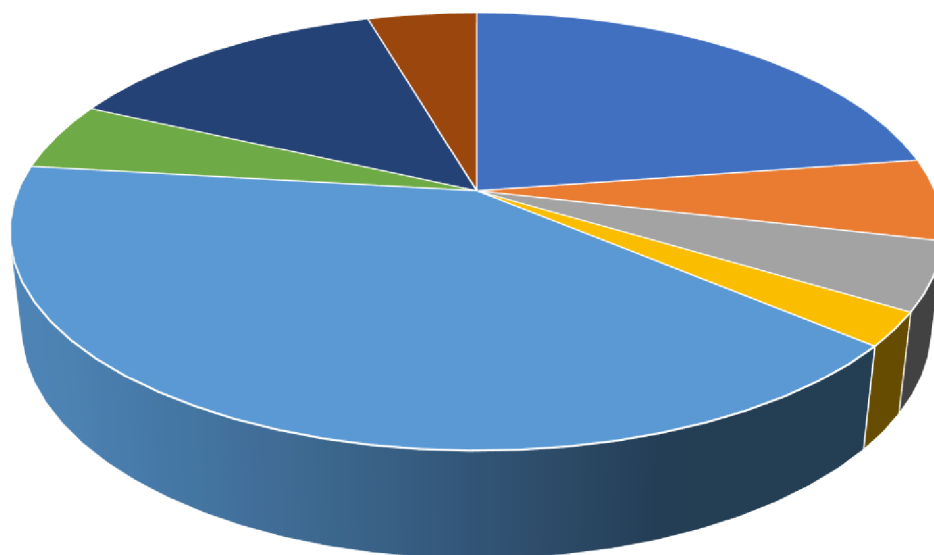
Приложение № 3: Таблица заголовков с ЯИ в русских и чешских газетах

Приложение № 4: Anotace

Приложение № 5: Anotation

Приложение № 1: Диаграмма с количеством процентов ЯИ в русских газетных заголовках

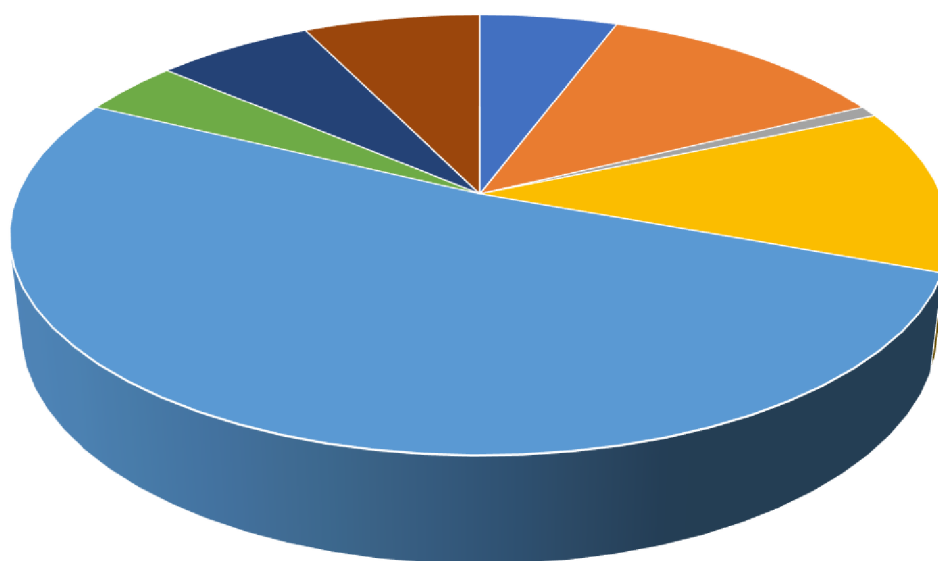
Виды языковой игры в русских газетных заголовках



- Фонетическая ЯИ (23%)
- Графическая ЯИ (6%)
- Морфологическая ЯИ (5%)
- Синтаксическая ЯИ (3%)
- Лексическая ЯИ (41%)
- Семантическая ЯИ (5%)
- Словообразовательная ЯИ (27%)
- Стилистическая ЯИ (5%)

Приложение № 2: Диаграмма с количеством процентов ЯИ в чешских газетных заголовках

Виды языковой игры в чешских газетных заголовках



- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| ■ Фонетическая ЯИ (7%) | ■ Графическая ЯИ (12%) |
| ■ Морфологическая ЯИ (1%) | ■ Синтаксическая ЯИ (12%) |
| ■ Лексическая ЯИ (52%) | ■ Семантическая ЯИ (4%) |
| ■ Стилистическая ЯИ (6%) | ■ Словообразовательная ЯИ (7%) |

Приложение № 3: Таблица заголовков с ЯИ в русских и чешских газетах

№	Заголовок	Вид	Приём	Источник
1.	Суэга, суэц	фонетическая	аллитерация	https://www.kommersant.ru/doc/4743221
2.	Одним маем маены	фонетическая	аллитерация	https://www.kommersant.ru/doc/4790656
3.	Серпастый, соцсетястый	фонетическая	аллитерация	https://www.kommersant.ru/doc/4742503
4.	Марш, марш Ливий	фонетическая	аллитерация	https://www.kommersant.ru/doc/4670655
5.	Чужие среди чужих	фонетическая	аллитерация	https://novayagazeta.spb.ru/pdfs/2429/
6.	Белорус, Белорусу Белорус	фонетическая	аллитерация	https://novayagazeta.ru/articles/2021/08/09/belorus-belorusu-belorus
7.	Жить стало лучше, но не менее трудней	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5152091
8.	Был бы ум бы у Думбуя	фонетическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/4976055
9.	Полный шесткач	фонетическая	нарушение орфоэпических норм	https://www.kommersant.ru/doc/5340167
10.	России все по финну	фонетическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/4692692
11.	Хлебанный стыд	фонетическая	нарушение орфоэпических норм	https://www.kommersant.ru/doc/5669061
12.	ШОС с него взять	фонетическая	нарушение орфоэпических норм	https://www.kommersant.ru/doc/4994819
13.	Вопрос стоит ШОСтко	фонетическая	нарушение орфоэпических норм	https://www.kommersant.ru/gallery/4977361
14.	Бери больше, кидай Польше	фонетическая	рифма	https://www.kommersant.ru/doc/5064911
15.	Starosti Starostů vládu nepoloží	фонетическая	аллитерация	https://www.forum24.cz/starosti-starostu-vladu-nepolozi-zname-nazory-poslancu
16.	Volby rozhodnou nerozhodnutí	фонетическая	аллитерация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=1004
17.	Listopad neskončil, Listopad trvá	фонетическая	анафора	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
18.	Péče o ohrožené, děti v ohrožení?	фонетическая	анафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=429
19.	Nahoře rolák, dole křivák	фонетическая	рифма	https://www.digiport.cz/detail/floowie-pu/494902/1047-reflex-37-2021

20.	Штамм омакрон	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/5205529
21.	Казахстон	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/5156485
22.	Соблюдая все формульности	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/5060270
23.	Ремонт жданий	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/4958408
24.	Трубнейшая задача в истории	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/5608372
25.	В сырьезных отношений	фонетическая	протеза	https://www.kommersant.ru/doc/5258888
26.	Олимпекинские игры	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5204071
27.	Соединенные штаммы	фонетическая	замена одного звука на другой	https://novayagazeta.ru/issues/3203
28.	Ядрена мощь	фонетическая	паронимия ядерная и ядрена	https://novayagazeta.ru/issues/3107
29.	Бремя и деньги	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1289183/evgenii-kuznetcov-roza-almakunova/bremia-i-dengi-srok-potrebkreditov-mogut-ogranichit-piatu-godami-uzhe-v-2022-m
30.	Не бросили в еде	фонетическая	пропуск звука	https://iz.ru/1286875/evgeniia-pertceva/ne-brosili-v-ede-riteil-v-regionakh-snizil-natcenki-na-bazovyevotvary
31.	Мерное время	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1298227/natalia-bashlykova/mernoevremia-gd-gotovit-varianty-podderzhki-biznesa-i-naseleniia
32.	Не хмурь брони	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1264442/mariia-perevoshchikova/nekhmur-broni-booking-vypolnila-trebvaniia-fas-obotmene-pariteta-tcen
33.	Тет-а-нет	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1261110/dmitrii-laru-roza-almakunova-aleksei-zabrodin/tet-net-na-chem-soshlis-i-o-chem-posporili-putin-i-baiden
34.	На всякий – сличай	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1250028/valerii-kodachigov/na-vsiakiislichai-v-sertifikaty-o-vaktcinacii-khotiat-dobavit-foto
35.	Вмененный подход	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1380999/iuliia-eliseeva-innagrigoreva/vmenennyi-podkhod-v-raschet-inflatcii-mogut-vkliuchit-raskhody-na-zhile
36.	График робота	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1370015/valerii-kodachigov/grafik-robotafeiki-v-seti-po-zaprosu-vlastei-naidet-algoritm
37.	Хороший злак	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1344680/robert-lanskii/khoroshii-zlak-ankara-i-moskva-obespechat-koridor-dlia-zerna-iz-odessy
38.	Нелетная порода	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1312935/anastasiia-lvova/neletnaia-porodarossiiskie-aviakompanii-prizemlili-tret-aviaparka
39.	Накрыть на стоп	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1434034/evgeniia-pertceva/nakryt-na-stop-delikatesy-ne-podorozhaiut-k-novomu-godu

40.	Поверка на дорогах	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1408363/evgeniia-pertceva-anastasiia-lvova/poverka-na-dorogakh-vlasti-khotiat-vvesti-kontrol-za-agregatorami-perevozok
41.	Угрожай зерновых	фонетическая	протеза	https://www.kommersant.ru/doc/5358232
42.	Завяли дозы	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/4997805
43.	Фарм-фактор	фонетическая	замена одного звука на другой	https://iz.ru/1166280/ekaterina-iasakova/farm-faktor-v-eaes-mozhet-poiavitsia-svoe-meditsinskoe-agentstvo
44.	Исторический припадок	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/782464
45.	Взрывное расстройство	фонетическая	паронимия	https://novayagazeta.ru/articles/2021/07/03/vzryvnoe-rasstroistvo
46.	Садящий режим	фонетическая	паронимия	https://novayagazeta.ru/issues/3109
47.	Не вступая в перевалку	фонетическая	замена одного звука на другой	https://www.kommersant.ru/doc/5239523
48.	Ниже к делу	фонетическая	паронимия	https://iz.ru/1279152/evgeniia-pertceva/nizhe-k-delu-torgovlia-obnuliaet-natcenki-na-bazovye-tovary
49.	ПРОВАЙДЫРЫ	графическая	капитализация	https://novayagazeta.ru/issues/3171
50.	ОЛИМПИАДСКИЕ МУКИ	графическая	капитализация	https://novayagazeta.ru/issues/3143
51.	Поражение НАЛИЧНОМ фронте	графическая	капитализация	https://novayagazeta.ru/issues/3227
52.	ВЫ все МАНЕВРИТЕ	графическая	капитализация	https://novayagazeta.ru/issues/3190
53.	По УК азке	графическая	капитализация	https://iz.ru/1157765/mariia-perevoshchikova/po-ukazke-upravliaiushchie-kompanii-vystupili-protiv-dvoinogo-kontrolya-za-ikh-rabotoi
54.	Идея six	графическая	игра с латиницей	https://iz.ru/1172515/anna-ustinova/ideia-six-v-rossii-v-2035-godu-mozhet-poiavitsia-6g
55.	Вэлкам- SAR	графическая	игры с латиницей	https://iz.ru/1359942/inna-grigoreva-iuliia-eliseeva/velkam-sar-kompanii-massovo-perezzhaiut-v-russkie-ofshory
56.	Very БАД	графическая	игра с латиницей	https://iz.ru/1218981/evgeniia-pertceva/very-bad-na-aliexpress-i-iandeksmarkete-nashli-prodavtcov-zapreshchennykh-dobavok
57.	О, Майнинг, God	графическая	игра с латиницей	https://novayagazeta.ru/issues/3092
58.	Ukončit Utlumit	графическая	зачеркивание	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
59.	Knedlo, vepřo, zelo	графическая	зачеркивание	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022

60.	JAK SEV YZN ATV PRŮ ZKU M E C H	графическая	оформление	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
61.	Mamõ málo	графическая	использование другого алфавита	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
62.	DAS auto 2030	графическая	использование другого алфавита	https://www.digiport.cz/detail/floowie-pu/494598/1047-reflex-36-2021
63.	PROTENTO KRÁT BABISHŦN UND MÁHREN	графическая	использование другого алфавита	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=v ydani&titul=1010&rok=2021&vydani=9
64.	JEDEN ROKDOWN ZA NÁMI	графическая	капитализация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
65.	Nouzový sRaB	графическая	капитализация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
66.	Mi(mi)str přehmatů a zmatků	графическая	капитализация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
67.	Fialová (ne)podpora	графическая	капитализация	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=05.10.2022 &n=LN-NOVINY
68.	Proč to SPOLU (zatím) nejde	графическая	капитализация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
69.	(NE)Olympiáda	графическая	капитализация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=v ydani&titul=1010&rok=2021&vydani=30
70.	NĚCO se CHYSTÁ	графическая	капитализация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=v ydani&titul=1010&rok=2021&vydani=6
71.	Судьба человекoв	морфологическая	переосмысление категории числа	https://www.kommersant.ru/doc/5705409
72.	Оставь надежду, всяк сюда въезжавший	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5281861
73.	Орбаны разберутся	морфологическая	переосмысление категории числа	https://www.kommersant.ru/doc/5194063
74.	На старт с вниманием	морфологическая	употребление другого падежа	https://iz.ru/878265/aleksandr-vedrussov/na-start-s-vnimaniem
75.	Выбор сделав	морфологическая	неправильное употребление деепричастия	https://iz.ru/1402065/ekaterina-postnikova/vybor-sdelav-ldnr-zaporozhe-i-kherson-vyskazalis-zavkhozhdenie-v-rf
76.	Москва не сразу строила	морфологическая	игра с возвратность/не возвратностью глагола	https://www.kommersant.ru/doc/5158903
77.	Очень грязная ложь	морфологическая	расширение парадигмы	https://novayagazeta.ru/articles/2021/06/01/ochen-griaznaia-lozh
78.	Не привози цветочек аленький	синтаксическая	обратный порядок слов	https://www.kommersant.ru/doc/5570005
79.	С Новым ввозом	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/5346439
80.	Позорные волки	синтаксическая	обратный порядок слов	https://novayagazeta.ru/articles/2021/07/28/volki-pozornye-18
81.	Chybí papír. Před Vánoci nejvíc	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021

82.	Světový omyl. A příležitost	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
83.	Ruská ropa končí. Pro Česko později	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
84.	Dejte víc. Těm potřebným	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
85.	Zelené jádro a plyn. Dočasně	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
86.	Zeman požádal. Babiš často vyhověl	синтаксическая	парцелляция	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
87.	Rychleji, výše, k deprese	синтаксическая	однородные члены при этом нет схожих грамматических признаков	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
88.	Jak vyhořet covidu navzdory	синтаксическая	порядок слов	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
89.	Piráti v problémech	синтаксическая	эллипсис	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
90.	Strach jako Babišova taktika	синтаксическая	сравнение	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
91.	Mála města jako brána pro Číňany	синтаксическая	сравнение	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
92.	Hrad jako Babišův úkryt	синтаксическая	сравнение	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
93.	Zemanova rána nové tváři Česka	синтаксическая	сравнение	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
94.	Мы, děti covidu	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
95.	С суверенностью в себе	словообразовательная	префиксация	https://www.kommersant.ru/doc/5722134
96.	Как все товарообернулось	словообразовательная	словосложение	https://www.kommersant.ru/doc/5534767?query=Как%20все%20товарообернулось
97.	Ручьепожатие крепкое	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5523445
98.	Александр Лукашенко предъявил обвинения Западу	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5251897
99.	Зампредусмотрительное решение	словообразовательная	контаминция	https://www.kommersant.ru/doc/5170332
100.	Европа обайденеда	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/4701979
101.	Путин проявил медведчужность	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/4814817
102.	Лукопожатие крепкое	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/4836120
103.	Грустнопассажирские рейсы	словообразовательная	сложносложение	https://www.kommersant.ru/doc/4847746

104.	Китай заставляет контейнерничать	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/4856766
105.	Шприцкриг	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/4869248
106.	Железнодорожающий транспорт	словообразовательная	словосложение	https://www.kommersant.ru/doc/4985202
107.	Новая минтайность	словообразовательная	суффиксация	https://www.kommersant.ru/doc/4684378
108.	Зомбоящик треснул	словообразовательная	словосложение	https://novayagazeta.ru/issues/3238
109.	Погромная империя	словообразовательная	контаминация	https://novayagazeta.ru/issues/3212
110.	Недоговоры	словообразовательная	префиксация	https://novayagazeta.ru/issues/3215
111.	Депутатовка	словообразовательная	суффиксация	https://novayagazeta.ru/articles/2021/04/28/deputatovka
112.	Майоритарная система	словообразовательная	контаминация	https://novayagazeta.ru/issues/3172
113.	Hrdinky pandemie	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/12
114.	Рельсотрон жажнул	словообразовательная	словосложение	https://novayagazeta.ru/issues/3087
115.	Hledá se AntiZeman	словообразовательная	префиксация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
116.	Trváka	словообразовательная	суффиксация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
117.	Babišiáda	словообразовательная	суффиксация	https://www.digiport.cz/detail/floowie-pu/507759/1047-reflex-33-2022
118.	PutinoBabiš	словообразовательная	словосложение	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
119.	Prezidentská prdelačka	словообразовательная	контаминация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2022&vydani=44
120.	Český Dezoland	словообразовательная	словосложение	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
121.	Energošmejdi už nastoupili	словообразовательная	словосложение	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=1022
122.	Брюссельский капустник	лексическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/5272243
123.	Остаться в жилых	лексическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/4836645
124.	Слишком много за бот	лексическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/4899688
125.	Переговоры за круглом стволом	лексическая	лексическая	https://www.kommersant.ru/doc/5192150
126.	Без особого востока	лексическая	паронимы	https://www.kommersant.ru/doc/5182806
127.	Поджигатели волны	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5181247

128.	Короткое замыкание	словообразовательная	префиксация	https://www.kommersant.ru/doc/4770500
129.	В горячих точках по контракту	лексическая	паронимия	https://www.kommersant.ru/doc/5270906
130.	Связанные одной степью	лексическая	паронимия степью цепью	https://www.kommersant.ru/doc/5693587
131.	Panák roku	словообразовательная	суффиксация pan roku	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2022&vydani=52
132.	To bude soda	лексическая	паронимия škoda soda	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=23
133.	Нулевой сигнал	лексическая	многозначность	https://www.kommersant.ru/doc/5732368
134.	Европа бьётся об потолок	лексическая	многозначность	https://www.kommersant.ru/doc/5557522
135.	Запад – враг, в сидеть нам	синтаксическая	эллипсис	https://www.kommersant.ru/doc/5293676
136.	Обвинения поставили на поток	лексическая	многозначность	https://www.kommersant.ru/doc/5583270
137.	Na Čechy se valí exekuční lavina	лексическая	многозначность	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=1107
138.	Jeden den mezi lovci migrantů	лексическая	многозначность	https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/reportaz-hranice-cesko-migranti-uprchlici-syrie-dron-vojaci.A221014_190557_domaci_kadl
139.	Nový evropský klub	лексическая	многозначность	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=07.+10.+2022
140.	Nová Putinova partie	лексическая	многозначность	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
141.	Cheete ho v čele? za týden rozhodnete	лексическая	многозначность	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=39
142.	Sonda do hlavy ruského poslance	лексическая	многозначность	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
143.	Жадность не порог	лексическая	омонимы	https://www.kommersant.ru/doc/4910778
144.	Индиологическая основа	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5117171
145.	Дальнему востоку сильно недовозло	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5064194
146.	Приступ беженства	лексическая	омонимы	https://www.kommersant.ru/doc/5077372
147.	Пока не постно	лексическая	омонимы	https://nvdaily.ru/info/229963.html
148.	Imunita versus imunita	лексическая	омонимы	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
149.	Душа в пытки ушла	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://novayagazeta.ru/articles/2021/10/08/dusha-v-pytki-ushla
150.	Родину мать зовёт	морфологическая	замена категории падежа родина-мать зовет	https://www.kommersant.ru/doc/5692027
151.	Если гора не идёт к Капабаху	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5645497

152.	Коллективная безопасность крепчает	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/5355404
153.	Пришёл, увидел, запостил	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4965378
154.	В тихом омуте деньги водятся	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5652976
155.	Эксперты грязи не боятся	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5646204
156.	Что и требовалось подписать	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4640251
157.	Спрос рождает прояснение	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4691426
158.	Ток перед родиной	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4692051
159.	Думы без огня не бывает	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/4749880
160.	Замедляй и властвуй	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4722415
161.	Вечера на хуторе близ Брюсселя	лексическая	цитация названия литературного произведения	https://www.kommersant.ru/doc/4749880
162.	Мир, труд, качай	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://novayagazeta.ru/issues/3112
163.	У экспорта глаза велики	лексическая	замена компонента фразеологизма + у страха глаза велики	https://www.kommersant.ru/doc/4791260
164.	После стрельбы кулаками не машут	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/4804763
165.	Мать городов безопасных	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4837537
166.	Не в бронь, а в глаз	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/4918228
167.	Вашингтону протянули базу помощи	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/4907714
168.	Виллами по воде писано	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/4849810
169.	в ОБСЕ тяжкие	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5694978
170.	Хочешь мира, готовься к Стамбулу	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5282513
171.	Чтоб смерть медом не казалась	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://novayagazeta.ru/issues/3123
172.	На Украине Совет клином сошелся	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.kommersant.ru/doc/5228485

173.	Чеки вышли из берегов	лексическая	замена устойчивого выражения	https://novayagazeta.ru/issues/3102
174.	Атакованных не судят	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kommersant.ru/doc/5207629
175.	Třeštský průměr aneb Tour de Ves	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://www.kulturni-noviny.cz/nezavisle-vydavatelstka-a-medialni-druzstvo/archiv/online/2021/26-2021/tressky-prumer-aneb-tour-de-ves
176.	Bez práce nejsou - zlaté-koláče	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.jihlavske-listy.cz/clanek35453-bez-prace-nejsou-zlate-kolace.html
177.	Odmítat a chránit	лексическая	замена компонента устойчивого выражения	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
178.	Když zavělí Landa, chcípne pes	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=2
179.	Řídit stát jako traktor	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=25
180.	Kdo kanálu víko krade, sám do něj padá	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://www.penize.cz/pojisteni/439070-kdo-kanalu-viko-krade-sam-do-nej-pada!-perlicky-z-pojistoven
181.	ЕС зеленеет от жадности	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5356815
182.	Призрак переговоров	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5236733
183.	Путеводитель по войне	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5182121
184.	Война по расписанию	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3228
185.	Жесть собачья	стилистическая	жаргонизм	https://novayagazeta.ru/issues/3219
186.	Вихри судебные веют над нами	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5694266
187.	Нефть дала трещину	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5524764
188.	Газу включают рубильник	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5271557
189.	Бизнес-план ГУЛАГ	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3127
190.	План «крепостные»	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3139
191.	Паста неприкасаемых	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3150
192.	Палачи «Мемориала»	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3204
193.	Операция «русская хромосома»	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3241
194.	Выборы в зоопарке	лексическая	метафора	https://novayagazeta.ru/issues/3230
195.	Vláda si dává vlastní gol, neplní sliby	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=201
196.	Absolutní kocourkov	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2022&vydani=222
197.	Vlak strachu a nadeje	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=303
198.	Nekonečný seriál «nový stavební zákon»	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=506

199.	Bergamo v Česku	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
200.	Slepý boj Česka s britskou mutací	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
201.	Systém Babiš	лексическая	метафора	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
202.	Odchází Paní Nenahraditelná	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/38
203.	Zemanův seznam	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/16
204.	Nečekaný návod na štěstí	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2022/45
205.	Tanky ničí obilnici světa	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2022/15
206.	Miss dluh	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=19
207.	Život naruby	лексическая	метафора	https://www.digiport.cz/detail/floowie-pu/510501/1047-reflex-43-2022
208.	Česká velmoc	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2022&vydani=41
209.	Babišovo francouzské panství	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
210.	Superlek na covid brzdí paragrafy	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3651&rok=2021&vydani=1101
211.	Státní zmatek	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=43
212.	Políček vládě	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=926
213.	Перетягивание ответа	лексическая	метонимия	https://www.kommersant.ru/doc/5218953
214.	Внутренний спрос ставят на ноги	лексическая	метонимия	https://www.kommersant.ru/doc/5368394
215.	Погоны закрывают звезды	лексическая	метонимия	https://novayagazeta.ru/issues/3145
216.	Праздник приходит тихо	лексическая	метонимия	https://www.kommersant.ru/doc/5667664
217.	Земля горит	лексическая	метафора	https://www.kommersant.ru/doc/5669467
218.	Putinové sirotci	лексическая	метафора	https://www.reflex.cz/clanek/valka-na-ukrajine/111886/putinovi-sirotci-spolecenstvi-spojencu-ruska-se-tenci-zustava-jen-nejtvrdsi-jadro.html
219.	Úder na Putinovu pýchu	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
220.	Nadějná pilulka proti covidu	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
221.	Medailoví kamarádi	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
222.	Peníze zdraží	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
223.	Nemocná země	лексическая	метафора	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
224.	Dokonalá lež	лексическая	метафора	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/11
225.	Příliš Mocný Twitter	лексическая	метонимия	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/3/prilis-mocny-twitter

226.	Putinova chudoba	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2022&vydani=11
227.	Opičí panika	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2022&vydani=22
228.	Oprava Země je velmi nejistá	лексическая	метонимия	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
229.	Mezi pacienty řadí doktor Google	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3651&rok=2021&vydani=909
230.	Energetické zlo přichází z Bruselu	лексическая	метонимия	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=1214
231.	Parkovací peklo	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=726
232.	Vyluxují vám účet během vteřiny	лексическая	метонимия	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=1005
233.	Osudový omyl	лексическая	метонимия	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=603
234.	Drahé levné kempy	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=720
235.	Kde vážne očkování	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
236.	Вирус уходит, но не прощается	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/4642207
237.	Еду вызвали на ковёр	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/4663911
238.	Достояние рассталось с состоянием	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5436784
239.	Вставай, страна частичная	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5571839
240.	Как НАТО ляжет	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/4761694
241.	Месяц код бережёт	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5078003
242.	Úspory z doby covidu začali hubnout	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=17.10.2022
243.	Inflace nabírá druhý dech	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=12.+10.+2022
244.	Evropská plynová brzda české firmy nenadchla	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://archiv.hn.cz/?p=0A0000&archive[source_date]=2022-11-23
245.	Нос, честь и совесть нашей эпохи	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5090101

246.	COVID оставляют с носом	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5524814
247.	В поисках руки рынка	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/5633776
248.	Первый нос Америки	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.kommersant.ru/doc/4780243
249.	Дичь	стилистическая	жаргонизм	https://novayagazeta.ru/issues/3130
250.	Паханы	стилистическая	жаргонизм	https://novayagazeta.ru/issues/3169
251.	Рынок недобычился	стилистическая	жаргонизм	https://www.kommersant.ru/doc/4888690
252.	У мигрантов все наладится	стилистическая	сленг	https://www.kommersant.ru/doc/4878363
253.	40 let estébákem	стилистическая	низкое по стилю	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
254.	Skutečné mordy	стилистическая	жаргонизм	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=1010&rok=2021&vydani=7
255.	Rusák nás chytil do pasti	стилистическая	низкое по стилю	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
256.	Diletantismus vlády	стилистическая	высокое по стилю	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2022&vydani=117
257.	Licoměrný přístup státu	стилистическая	высокое по стилю	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2022&vydani=112
258.	Rozkmoření	стилистическая	высокое по стилю	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
259.	Vláda žvanilů	стилистическая	высокое по стилю	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2022&vydani=331
260.	Один день Александра Григорьевича	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/4936745
261.	спасение рядового Ryanair	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/4827372
262.	Красавица и французше	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5206215
263.	Невыносимая сладость бытия	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5269693
264.	Перпетуум мобилизация	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5259729
265.	Горе от Дума	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5029659
266.	Цена, спаленная пожаром	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/4935593
267.	Кооперация их и другие приключения Шурика	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/4899640
268.	Герой нашего вымени	лексическая	цитация	https://novayagazeta.ru/issues/3195
269.	На хуторе близ дворца	лексическая	цитация	https://novayagazeta.ru/issues/3088

270.	Молчание денег	лексическая	цитация	https://iz.ru/1280719/evgenii-kuznetcov/molchanie-denzhat-kuda-veb-vlozhih-pensionnye-nakopleniia-rossiian
271.	Наступление и наказаник	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5230363
272.	«Кооператив «Лебединое озеро»	лексическая	цитация	https://novayagazeta.ru/issues/3157
273.	Легко ли бить молодых	лексическая	цитация	https://novayagazeta.ru/issues/3074
274.	Studená válka Česka mezi Ruskem	лексическая	цитация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2021&vydani=419
275.	Perpetuum nesmyslum, Czech made»	лексическая	цитация	https://archiv.hn.cz/c1-67149750-perpetuum-nesmyslum-czech-made
276.	До свидания! Velký třesk	графическая	использование азбуки	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
277.	Kdo slouží zlu	лексическая	метонимия	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
278.	Začátek konce	лексическая	метафора	https://www.tydenikforum.cz/archiv/
279.	Zažil jsem covid na vlastní kůži. Chřipečka to opravdu není	морфологическая	уникальное образование формы	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=7101&rok=2021&vydani=226
280.	Nefalšovaný teror	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis
281.	Атомные метанморфозы	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/daily/139093
282.	По ком звонят санкции	лексическая	цитация	https://www.kommersant.ru/doc/5204921
283.	Спорт-долото	словообразовательная	префиксация	https://www.kommersant.ru/doc/5193388
284.	Невероатлантический альянс	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/doc/5141673
285.	Яблоко паники	лексическая	метонимия	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/38-2022#/
286.	В здоровом теле – хвойный дух	лексическая	цитация	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/239-2021#/
287.	Мигрируй так, не знаю как	фонетическая	рифма	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/213-2021#/
288.	Дед -Мороз – с КУАР-КОДОМ НОС	графическая	рифма	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/214-2021#/
289.	Газ на газ не приходится	фонетическая	замена одного звука на другой	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/218-2022#/
290.	Катарско-футбольное иго	словообразовательная	контаминация	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/217-2022#/
291.	У Крыма снесло крышу	лексическая	метонимия	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/67-2021#/
292.	С грузами все просто смертельно	словообразовательная	контаминация	https://www.kommersant.ru/daily/139078

293.	С любимыми на век прощайтесь, когда уходите на миг	лексическая	цитация	http://pressa.ru/ru/magazines/mk-moskovskij-komsomolets/30-2021/#/
294.	Kryptošmejdi útočí	словообразовательная	словосложение	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=08.06.2021
295.	Dovolená v Česku provětrá peněženko	лексическая	метонимия	https://www.lidovenoviny.cz/archiv.aspx?d=08.06.2021
296.	Атом и речь ведем	графическая	слитное написание предлога с местоимением	https://www.kommersant.ru/doc/5172205
297.	Как били молодого	синтаксическая	эллипсис	https://novayagazeta.ru/issues/3219
298.	Жизнь на всю оставшуюся жизнь	фонетическая	аллитерация	https://novayagazeta.ru/issues/3200
299.	ИЗУЕВЕРЫ	графическая	капитализация	https://novayagazeta.ru/issues/3192
300.	Бравый солдат фейк	стилистическая	сленг	https://novayagazeta.ru/issues/3191
301.	Naštvaná medicí	графическая	карикатура	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
302.	Набычились	стилистическая	жаргонизм	https://novayagazeta.ru/issues/3069
303.	Česku dochází dech	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.respekt.cz/tydenik/2021/8
304.	Fabriký jedou, covid necovid	словообразовательная	префиксация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2021
305.	Šovinismus mě šokoval	фонетическая	аллитерация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
306.	Válka přišla do srdce ruské pýchy	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
307.	Vracejí se domů, válka neválka	словообразовательная	префиксация	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
308.	Drama na křižovatce civilizací	лексическая	метафора	https://noviny.denikn.cz/denikn/year/2022
309.	Proč proboha Babiš	стилистическая	жаргонизм	https://www.digiport.cz/detail/floowie-pu/512814/1047-reflex-50-2022
310.	Zdražení energií jako náraz do zdi	синтаксическая	сравнение	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=526
311.	Metro D, stavba století, v ohrožení	синтаксическая	однородные члены не имеющие общих признаков	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=328
312.	Vichřice zabíjela a pustošila	семантическая	категория одушевленности/неодушевленности	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=131
313.	Fialová premiéra	лексическая	метафора	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=3650&rok=2022&vydani=131
314.	Divné hrátky s dějinami	лексическая	цитация	https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=vydani&titul=100867&rok=2021&vydani=512
315.	Чтоб смерть медом не казалась	лексическая	замена компонента фразеологизма	https://novayagazeta.ru/issues/3123

Anotace

Jazyková hra v titulcích ruských a českých novin

Tato bakalářská práce se věnuje využívání jazykové hry v titulcích ruských a českých novin. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se skládá ze tří kapitol. Jsou zde představeny hlavní charakteristiky mediálního jazyka a mechanismy jeho vlivu na lidskou psychiku. Titulek zde pojmáme jako důležitý prvek pro realizaci ovlivňovací funkce médií. Teoretická část je zaměřena na samotný pojem jazykové hry, její základní typy a vymezení funkcí, které plní v kontextu médií. Praktická část je založena na analýze shromážděných ruských a českých novinových titulků podle klasifikace navržené V. Z. Sannikovem (2002). Dle této kvalifikace jsme uskutečnili analýzu míry používání jazykové hry ve vybraných ruských a českých médiích, se zaměřením na odlišné způsoby její realizace. Praktická část demonstruje nasycenost novinových titulků jazykovou hrou v obou mediálních prostorech. Nakonec dojdeme k závěru, že jazyková hra se vyskytuje v mediálním prostoru obou jazyků, ale z hlediska četnosti jazykové hry v titulcích moderních novin: ruská média jsou jazykovou hrou nasycena více než média česká, což má následně větší dopad na čtenáře.

Struktura (obsah) práce

Tato bakalářská práce se skládá z první části, která obsahuje úvod, teoretickou a praktickou část. Ve druhé části tato práce uvádí závěr, resumé v cizím jazyce, seznam literatury a také přílohy.

Klíčová slova

jazyk médií, novinové titulky, jazyková hra, ruská media, česká media

Annotation

Language play in the headlines of Russian and Czech newspapers

This bachelor thesis is devoted to the topic of the language play encountered in the headlines of Russian and Czech newspapers. The thesis is divided into theoretical and practical part. Theoretical part consists of three chapters. It deals with the peculiarities of media language and the mechanisms by which modern media can influence us. We talk about the headline as an important element for the realization of the influencing function. The theoretical part focuses on what a language play is, what kinds of language play exist and what functions they perform in a media context. The practical part is based on the analysis of collected Russian and Czech newspaper headlines according to the classification proposed by V. Z. Sannikov (2002). According to this classification we analyze to what extent the language game is used in Russian and Czech media and examine different ways of its realization. The practical part demonstrates the saturation of newspaper headlines with language play in both media spaces. In conclusion, language play is occurring in the media space of both languages, but in terms of the frequency of a language play in the headlines of modern newspapers: the Russian media is more saturated with a language play than the Czech media, which in turn has a greater impact on readers.

Structure (content) of the thesis

This bachelor thesis consists of the first part, which includes an introduction, theoretical and practical part. In the second part, this thesis presents a conclusion, a resume in a foreign language, a list of references and attachments.

Keywords

language of the media, newspaper headlines, language game, russian media, czech media