

С.В. Ильясова, Л.П. Амири



ЯЗЫК СМИ И РЕКЛАМЫ

**Игра как норма
и как аномалия**

**С.В. Ильясова
Л.П. Амири**

ЯЗЫК СМИ И РЕКЛАМЫ
Игра как норма и как аномалия

Монография

3-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2018

УДК 811.161.1=659

ББК 81.2Рус-5

И49

Ильясова С.В.

И49 Язык СМИ и рекламы : игра как норма и как аномалия [Электронный ресурс] : монография / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. — 3-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 328 с.

ISBN 978-5-9765-2075-2

В книге показано, как в текстах современного газетного и рекламного дискурса проявляется языковая игра, каким образом приемы языковой игры отражают заложенную в системе языка неоднозначность функционирования языковых единиц. Исследованный материал не просто свидетельствует о многообразии приемов языковой игры в СМИ и рекламе, но и доказывает, что языковая игра увеличивает возможности функционирования языкового знака, тем самым расширяя границы текста в целом.

Для преподавателей, студентов и аспирантов филологических факультетов вузов, а также всех интересующихся активными процессами в современном русском языке.

УДК 811.161.1=659

ББК 81.2Рус-5

ISBN 978-5-9765-2075-2

© Ильясова С.В., Амири Л.П., 2016

© Издательство «ФЛИНТА», 2016