

ПРИЕМ СТИЛИЗАЦИИ ДЕТСКОЙ РЕЧИ В МАРКЕТИНГЕ

Лидер Ольга Игоревна

студент

Алтайский государственный педагогический университет, г. Барнаул

Аннотация. В данной статье рассматривается исследование приема стилизации детского словотворчества в медиаиндустрии. Данная работа вносит вклад в разработку актуальных проблем лингвистики детской речи, теории лексической мотивации, экспериментального исследования показаний языкового сознания. Результаты исследования могут «предоставить» глоссарий детских новообразования для дальнейшего их применения в маркетинге, разработке рекламы.

Ключевые слова: маркетинг, словотворчество, реклама, речевой онтогенез, детская инновация, С.Н. Цейтлин.

Для чего необходимо изучать детскую речь? Этим вопросом задавались многие ученые, как в России, так и за рубежом. Если посмотреть на этот аспект с практической точки зрения, то он, на первый взгляд, кажется лишенным особого смысла. Никто не станет утверждать, что без знания порядка освоения языка невозможно освоить родной язык: любой ребенок в определенный момент развития хуже или лучше, но все - таки осваивает свой родной язык.

Детская речь теперь изучалась различными науками изолировано друг от друга. Однако в тех сферах научного знания, которые так или иначе имели отношение к человековедению, накапливались результаты изучения эволюции коммуникативной компетенции. И к концу 20-го века наступило время создания онтопсихолингвистики.

Благодаря усилиям С.Н.Цейтлин в Российском государственном педуниверситете им. А.И. Герцена возникла единственная в своем роде кафедра детской речи, на которой в течение двадцати лет действует семинар по проблемам речевого онтогенеза.

Лингвистика детской речи как молодая область лингвистики относится по своему характеру к наукам фундаментальным. Ее основная задача - выяснение того, каким образом ребенок осваивает язык, прежде всего - свой родной.

Возможно два аспекта рассмотрения языковых явлений в речи ребенка:

- 1) подход к ним с позиций сложившейся языковой системы взрослого человека, который основан на сопоставлении единиц и категорий детского языка с единицами и категориями языка взрослых;
- 2) подход с позиций детской языковой системы, рассматриваемой как до известной степени

автономный объект, имеющий свои единицы и собственную структуру.

В первом случае детский язык может быть рассмотрен как своего рода «недозрелый» взрослый язык, насыщенный неправильностями. При втором подходе языковая система ребенка изучается «сама по себе» - как отражающая достигнутый к определенному моменту уровень когнитивного развития ребенка и способная удовлетворять его насущные коммуникативные потребности[3].

Именно второй подход способствует рассмотрению языковой системы ребенка в ее динамике и выявлению реальной стратегии освоения языка, которой он (ребенок) придерживается, а также найти некие типовые стратегии и общие принципы построения детьми собственной языковой системы[3].

Любая из детских речевых инноваций может быть рассмотрена как дериват, возникший в результате деривационного (словообразовательного или словоизменительного) акта. Моделью деривационных процессов служат в большей или меньшей степени осознаваемые ребенком.

В современное время существуют множество названий брендов, товаров в области продаж с использованием приема стилизации детской речи. На наш взгляд, только ребенок может правильно описать лексическое значение данных брендов и «предоставить» глоссарий детских окказионализмов для дальнейшего их применения в медиаиндустрии.

Мы рассмотрели как проявляется словотворчество в речи ребенка 4-7 лет и апробировали данный материал на учениках 7а класса МБОУСОШ №4 г. Алейска, тем самым показали учащимся каким образом детская речь влияет на мультимедиа индустрию в современном мире.

Апробация научной работы происходила следующим образом:

1. Повторение раздела «Словообразование».
2. Работа с лексическим значением детских окказионализмов, которые мы выявили в ходе наблюдения за группой детей 4-7 лет.
3. Применение знаний в мультимедиа индустрии: разработка собственного магазина.
4. Рефлексия: Для чего необходимо изучение детской речи?

Разработка данного вопроса направлена в первую очередь на изучение детских окказионализмов как потенциальных слов в составе русского литературного языка. Кроме того, изучение этой проблемы и реализация в мультимедиа индустрии способствует развитию культуры, так как через ту или иную продукцию мы можем наблюдать и исследовать детскую психологию, восприятие реальности.

В наш город часто приезжают туристы из разных стран, которые через оформление той или иной продукции могут познать культуру города, его черты, а использование детского словотворчества в мультимедиа индустрии будет одним из способов постижения и развития

культуры.

Список литературы:

1. Бондарко, А. В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии [Текст] / А.В. Бондарко. - Л.: Наука - 1983. - 208 с.
2. Пиаже, Ж. Речь и мышление ребенка [Электронный ресурс] / Ж. Пиаже. - М.: Педагогика - Пресс. - 1994. - 526 с. - Режим доступа: <https://e-libra.ru/read/232396-rech-i-myshlenie-rebenka.html>., свободный. Загл. с экрана (дата обращения: 01.11.2019).
3. Цейтлин, С.Н. Направления и аспекты изучения детской речи [Электронный ресурс] / С.Н. Цейтлин. - СПб. - 2004. - С. 275 - 278. - Режим доступа:<http://philology.ru/linguistics1/tseytlin-04.htm>., свободный. Загл. с экрана (дата обращения: 02.11.2019).