

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.7.27>

Маринченко Ирина Александровна, Васильева Елена Васильевна

**Функции языковой игры в парфюмерном дискурсе**

В статье рассматривается языковая игра в интернет-отзывах любителей парфюмерии как форма лингвокреативной деятельности в тематическом дискурсе. Цель исследования состоит в выявлении специфики функционирования языковой игры в данном жанре парфюмерного дискурса. Научная новизна работы обусловлена тем, что функции языковой игры анализируются с позиции их значимости для достижения главных коммуникативных целей авторов отзывов: передачи обонятельных ощущений и выражения личного отношения к аромату. В результате исследования выявлены основные и дополнительные функции языковой игры в парфюмерном дискурсе, охарактеризованы способы и приемы их реализации в сфере интернет-коммуникации.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2020/7/27.html](http://www.gramota.net/materials/2/2020/7/27.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 7. С. 148-153. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2020/7/](http://www.gramota.net/materials/2/2020/7/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

## Список источников

1. **Жирмунский В. М.** К вопросу о стихотворном ритме. Историко-филологические исследования: сб. статей памяти академика Н. И. Конрада. М.: ГРВЛ, 1974. 456 с.
2. **Жирмунский В. М.** Композиция лирических стихотворений // Жирмунский В. М. Поэтика русской поэзии. СПб.: Азбука, 2001. С. 162-197.
3. **Жирмунский В. М.** Теория стиха. Л.: Сов. писатель, 1975. 666 с.
4. **Макеева И. А.** Поэзия Варлама Шаламова: эстетика и поэтика: монография. Волгоград: ВолГТУ, 2017. 160 с.
5. **Павловская И. Г.** Образы пространства и времени в поэзии Арсения Тарковского: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2007. 22 с.
6. **Тарковский А. А.** Белый день: стихотворения и поэмы. М.: ЭКСМО-Пресс; Яуза, 1997. 383 с.
7. **Успенский Б. А.** Поэтика композиции. СПб.: Азбука, 2000. 352 с.
8. **Холшевников В. Е.** Стихovedение и поэзия. Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. 254 с.
9. **Шаламов В. Т.** Собрание сочинений: в 4-х т. М.: Худож. лит., 1998. Т. 2. 493 с.

### Lexico-Syntactic Variations of Circular Compositions in Poetical Contexts of V. Shalamov and A. Tarkovsky

**Makevnina Irina Anatolievna, PhD**  
Volgograd State Technical University  
makevnina\_ira@mail.ru

**Pavlovskaya Irina Grigorievna, PhD**  
Volgograd State Social and Pedagogical University  
irinapav05@ya.ru

**Philimonova Natalia Yurievna, PhD**  
Volgograd State Technical University  
filimonova\_n@rambler.ru

The article analyses lexico-syntactic variations of circular structures in poetical contexts of V. Shalamov and A. Tarkovsky. The paper aims to show how formal and compositional peculiarities, inner content of their poems determine a text figurative structure. Scientific originality of the study lies in identifying peculiarities of the variational circular structures functioning in their poetry. The research task involves systematization and contextual differentiation of circular structures in the poets' lyrical works. The research findings are as follows: the authors' original artistic techniques to create a poetical context are identified.

*Key words and phrases:* circular composition; formal and compositional peculiarities; lexico-syntactic variations; structural aspect; V. Shalamov; A. Tarkovsky; poetical context.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.7.27>

Дата поступления рукописи: 26.05.2020

*В статье рассматривается языковая игра в интернет-отзывах любителей парфюмерии как форма лингвокреативной деятельности в тематическом дискурсе. Цель исследования состоит в выявлении специфики функционирования языковой игры в данном жанре парфюмерного дискурса. Научная новизна работы обусловлена тем, что функции языковой игры анализируются с позиции их значимости для достижения главных коммуникативных целей авторов отзывов: передачи обонятельных ощущений и выражения личного отношения к аромату. В результате исследования выявлены основные и дополнительные функции языковой игры в парфюмерном дискурсе, охарактеризованы способы и приемы их реализации в сфере интернет-коммуникации.*

*Ключевые слова и фразы:* лингвокреативная деятельность; языковая игра; функции языковой игры; парфюмерный дискурс; интернет-отзыв.

**Маринченко Ирина Александровна**, к. филол. н., доц.

**Васильева Елена Васильевна**

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток  
marinchenko@yandex.ru; biblioussdvfu@bk.ru

## Функции языковой игры в парфюмерном дискурсе

### Введение. Постановка проблемы

Лингвистика рассматривает языковую игру как проявление лингвокреативного мышления, для которого характерны оригинальность, спонтанность, семантическая и образная адаптивная гибкость [4, с. 9]. По мнению Т. А. Гридиной, «в проекции на язык креативность выступает как способность его носителей к обновлению и расширению номинативного и коммуникативного регистров речевой деятельности, являясь, в частности, формой реализации творческой уникальности говорящих» [2, с. 14].

В современных исследованиях понятие языковой игры объединяет «многообразные проявления языкового творчества, использующего средства и приемы различных языковых уровней с целью достижения определенного эстетического и художественного эффекта» [13, с. 231].

Характеризуя проявления языкового новаторства и языковых преобразований в современном социокультурном пространстве, И. В. Зыкова отмечает, что системное порождение разнородных знаков языка обусловлено необходимостью «обеспечивать процесс их коммуникативной адаптации к построению прагматически ориентированного дискурса, в ходе которого базовые формы языковых знаков могут подвергаться разного рода преобразованиям, т.е. модифицируются» [6, с. 638].

**Задачи** данной статьи: рассмотреть специфику языковой игры как средства достижения определенных коммуникативно-прагматических эффектов в тематическом дискурсе; проанализировать функции языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии с позиции их значимости для реализации коммуникативных целей авторов высказываний; охарактеризовать способы и приемы реализации функций языковой игры в отзывах любителей парфюмерии.

**Актуальность** исследования определяется тем, что, несмотря на большой интерес лингвистики к функциональному аспекту языковой игры в различных дискурсивных практиках, проявленный в исследованиях Е. Ф. Болдыревой [1], Т. А. Гридиной [2-4], Е. А. Земской, М. В. Китайгородской, Н. Н. Розановой [5], Т. П. Курановой [9], В. З. Санникова [14], А. В. Усолкиной [15] и др., функции языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии не были до сих пор каталогизированы. Между тем выявление функций языковой игры и способов их реализации в этом сегменте парфюмерного дискурса имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

**Теоретическую базу** нашего исследования составляют работы, посвященные особенностям функционирования языковой игры в тематическом дискурсе (А. Б. Алексеев, О. С. Боярских, Т. А. Гридина, Е. А. Земская, И. В. Зыкова, В. И. Карасик, М. И. Киосе, Ю. О. Коновалова, М. В. Ласкова, Е. А. Нахимова, Е. П. Носова, Н. Н. Панченко, Ю. В. Попова, А. А. Ушаков, В. И. Шаховский, О. В. Ширяева, Т. В. Шмелева и др.).

**Практическая значимость** работы заключается в том, что полученные результаты могут быть применены для анализа групповых и индивидуальных стратегий лингвокреативной деятельности в сфере интернет-коммуникации.

Примеры, приведенные в статье, взяты нами из отзывов о парфюмерной продукции, размещенных на сайте интернет-журнала «Фрагрантика» [18]. Псевдонимы авторов указаны в скобках после примера. Орфография и пунктуация источников сохранены. Факты языковой игры проанализированы с помощью **коммуникативно-прагматических методов** в дискурсивном контексте.

### **I. Теоретические проблемы изучения функционирования языковой игры как формы лингвокреативного мышления**

Исследуя социальную и творческую природу игрового феномена, ученые приходят к выводу, что языковая игра возникает в результате нестандартного использования языковых и речевых ресурсов «на базе креативной компетенции коммуникантов в определенном эмотивном дискурсе» [16, с. 367].

Выявление у языковой игры аллюзивного, имитативного и эвристического потенциала свидетельствует о том, что ее функции не ограничиваются созданием комического эффекта. Она играет важную роль в «углублении ассоциативной наполненности текста, создании выводимых смысловых импликатур, варьировании стилистических регистров речи» [3, с. 272].

Характеристики языковой игры напрямую зависят от практических целей ее использования в процессе коммуникативного взаимодействия. В работе о функциях языковой игры в разговорной речи, художественном, газетном и рекламном дискурсах Т. П. Куранова указывает, что использование приемов языковой игры повышает прагматический потенциал современного текста и служит способом реализации индивидуального стиля говорящего [9, с. 276].

Динамичное развитие интернет-технологий способствует расширению сферы сетевой коммуникации, что ведет к трансформациям в системе отношений между участниками общения. Как отмечает М. А. Кронгауз, активное возникновение сообществ – характерная черта современного Интернета [8]. Одним из таких сообществ можно считать объединение любителей парфюмерии, которые делятся своими мнениями на страницах электронного журнала «Фрагрантика» [18].

Интернет-отзыв о парфюмерии принадлежит к категории информационно-оценочных жанров. Важным жанрообразующим признаком текста в этом сегменте парфюмерного дискурса является образная конкретизация, в результатах которой репрезентируются обонятельные образы, стереотипы и предпочтения конкретной языковой личности, сложившиеся на базе национальных и универсальных знаний [10]. Лингвокреативное мышление авторов отзывов реализуется в активном применении различных форм языковой игры для описания индивидуальных ольфакторных ощущений, структурирования личного опыта и выражения позитивной или негативной оценки аромата.

### **II. Анализ функций языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии**

**Основными функциями** языковой игры в интернет-дискурсе о парфюмерии мы считаем оценочную, самопрезентирующую, комическую, развлекательную, экспрессивную, изобразительную, выразительную, эвристическую, эстетическую.

**Оценочная и самопрезентирующая функции** языковой игры заключаются в выражении субъективного отношения к предмету сообщения и его оценке. Поскольку оценка и самопрезентация относятся к основным целям коммуникативной деятельности авторов отзывов о парфюмерии, данные функции претендуют на роль универсальных для всех текстов этого жанра: *Конкретно этот экземпляр напоминает дикалон)) (natakar); Не переносу эту дешевую цитрусину :- (beeee (Afrodita).*

Указанные функции естественным образом конкретизируются в других функциях, на анализе которых мы остановимся подробнее.

Языковая игра выполняет **комическую и развлекательную функции** (Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова, В. З. Санников), если она используется для достижения комического эффекта и для того, чтобы избежать скуки и усилить непринужденность в общении, не решая содержательных задач [5; 14]. А. В. Усолкина определяет языковую игру как «особую форму лингвокреативного мышления, являющегося результатом запрограммированного нарушения языковой схемы и осознанного отклонения от языковой нормы с целью достижения определенного эффекта (чаще всего комического)» [15, с. 9].

Реализация языковой игры требует особой стратегии построения речи, обычно связанной с выходом за пределы строгих языковых норм. В свое время стал модным и завоевал виртуальное пространство «язык падонков». Намеренное нарушение норм орфографии, свойственное «языку падонков», или «олбанскому языку», сохраняется и сейчас на просторах Интернета, но скорее как свидетельство уже ушедшей моды: *Турин написал очень **многобукафф** (guest\_Лука); Но теперь я ас))) теперь я могу выделить и листочки смородины и **перцигг** (Вертихвостка); **Убицо**, какая качественная вещь. Я бы за него Эсти Лаудер **орден вытилила, чесслово** (Mgiulchatai); **На мне сидит как влитой в любое время дня и года. Видимо – это **любофь!**** (Алина); **Учитывая, что от классического Аддикта и его последователя под №2 я просто в восторге, то этот **товариСЧ** даже не их бледная тень** (Хрустальная).*

Типичные приемы реализации функции комического соотносятся с разнообразными способами трансформации фразеологизмов и использованием макаронической речи [4]: *С первым вдохом чувствуешь, как **крыша** потихоньку **уезжает** куда-то и **маишет** всеми лапами сильно издавляя: «Ау! Что ты без меня собралась там анализировать? Не получится!» (Ettella); **Не, ну это теория всемирного заговора в действии! Это **мстя** такая страшная, да???** Зачем? Куда? **Пардонте силь ву пле, крик души!!!** Зачем снимают лучшие шедевры? Я не успела бочку прикупить и в подвал припрятать (аб. окс); **Ну быть может за границей запах чёрной смородины и есть «ошен короший русский аромат»** (velb95).*

Развлекательная функция реализуется и в ходе креативной обработки фразеологических единиц в интернет-отзывах о парфюмерии: *На **блотере** остался дольше других ароматов, весь **занюхала до дыр**, так сказать (Mona1); **Спасает ситуацию то, что на мне они звучат более терпко, и сладость не так **бросается в глаза, вернее в нос!**** (хота007); **Простой народ не перестает таки невозбранно **разбираться в искусстве и в апельсинах...**** дошла очередь и до Мицуко – теперь это автовокзал... А ведь пахнет вначале всего лишь копчеными персиками... **Уже **дайте народу его опиум**, с него хватит...** (Regal).*

Состав, источники и приемы трансформации прецедентных текстов в парфюмерном дискурсе уже рассматривались нами ранее [10-12]. Приведем лишь несколько примеров, в которых метафорически обыгрываются известные изречения: *Наконец-то у меня появился этот аромат. Я долго к нему «шла». **Через тернии ненависти я все же пробралась и смогла с ним **установить контакт!**** (Iena.akimochkina); **А они (духи. – И. М., Е. В.), как **Фениксы из пепла, отогрелись на коже, проснулись да как развернули свои пепельные крылья**** (Calorie).*

Реализация **экспрессивной функции** языковой игры, по мнению лингвистов (Е. Ф. Болдырева, Т. П. Куранова), осуществляется с помощью использования новых необычных языковых средств для реализации прагматических установок привлечения внимания, поддержания контакта, эмоционального воздействия, побуждения к действию [1; 9].

Обязательное подчеркивание, выделение модифицируемого признака обуславливает сближение категории экспрессивности с категорией интенсивности. Интенсификация осуществляется средствами графики; разными видами повторов; всеми средствами, входящими в функционально-семантическое поле интенсивности, прежде всего – морфемами, лексемами и фразеологизмами с количественным значением, а также гиперболизирующей метафорой. В типичных случаях категория интенсивности проявляется в одновременном использовании средств разных языковых уровней: *Как же я его хотела **попробовать!!!** Для меня это пока **мускусищищищищищище!!!** (uleza); **Многие пишут, что тут не просто **корица, а корицица!** :** (Lady); **Ух, какая Дива! **Умри все живое** ))) Ношу не часто, но люблю. Очень плотный аромат. Насыщенно-цветочный, **туберозно-туберозиЩЩЩный!** (Djoo); **Вот я не из неженочек, но теперь-то понимаю, что значит выражение «**умри все живое**» по отношению к парфюму. Новодел ЭДТ – это **жесть, жесть оцинкованная** (Kvet); **Хабанита – **Восток Кубинович Востоков** (Roxu); **Персиков Персик Персикович**, милейший товарищ. **Нарцисса не обнаружено** (4ainygribb); **Взрыв в смородиновом кусте!! Тянет на **тяжелую смородиновую артиллерию** и **бьет сразу и наповал. Это **стокилометровое смородиновое поле**. Даже слов не хватает описать это «**смородиновое безобразие**» (olyshko); **Очень **герленистый Герлен** :) (sashulka76); **НежнОЮ нежноСТЬЮ нежИТ нежноСТЬ** **другую нежноСТЬ...** **О БОЖЕ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! МЯСО!!!!!!!!!!** Да и не просто мясо... а с какими-то ещё **потрохами** и «**душком**»... **И **никкакого** даже сандала я в нём не почувствовала!** (Ксения81); **При неосторожном передозе в закрытом помещении – «**вынос мозга на орбиту**» **без обратного билета** (aldanare).***************

Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова отмечают, что приемы языковой игры выполняют **изобразительную функцию**, если они используются для наглядного изображения ситуации общения или имитации речи человека (прием речевой маски) [5, с. 174-175]. Разнообразные приемы наглядно-образной конкретизации в интернет-отзывах о парфюмерии уже были проанализированы нами ранее (сравнения и метафоры; опора на внутреннюю форму прагматонима; использование конструкций, оформляющих репродуктивный регистр речи и т.д.) [10]. Если понимать изобразительную функцию так, как она трактуется Е. А. Земской, М. В. Китайгородской, Н. Н. Розановой, то необходимо выявить средства наглядного изображения ситуации общения и имитации произносительной манеры, свойственной определенной социальной группе.

Сюда мы прежде всего отнесем изменения графической формы слова с помощью механизмов супраграфемики (шрифтового варьирования), квазиорфографии (изменения орфографического облика) [17], голофразиса и др. [13]. Разнообразные средства параграфематики дают возможность сегментировать слово или высказывание, разрушая «линейную структуру единицы ради актуализации нужного смыслового элемента» [17, с. 112]. Они носят характер намеренно имитируемых орфоэпических и акцентологических аномалий и используются, например, для обыгрывания произношения, обладающего национальным колоритом: *Да да, всё хорошо / Тока адын вапрос – А вы уверены, что за подобное надо отваливать кучу бабла, если, при желании, можно найти более стойкий, более выразительный аналог за меньшие деньги?* (Si-Jay); *Это Герлен, чьёрт яво побьери, Аби Руж!* (Праздношатающийся); имитации диалектного или сниженного (просторечного) произношения, для которого свойственны различные экспрессивные фонетические вставки (эпентеза), диссимилиация, фрикативный звук [ʒ], необусловленное требованиями нормы смягчение согласного, замена звука [ф] на [х], ненормативное произношение аффриката [ч] и звука [ц] и др.: *Запах... ну чего там запах... Канпом. Скомпотился YSL* (Кошшшка); *Очень захотелось чего-то «энтокого»* (Аримэ); *Фрукты-ягоды между собой по-гурмански взаимодействуют, нет меж ними борьбы, когда в аромате вылезает то Хрукт, то ЯХотка))))* (Ноб); *На другой же день, если попало на одежду, хосспидя! это дешёвка* (bakeasaket); *Взрослым женщинам тоже не чужд романтизм!* (оскльчанка); *До Блю был у меня аромат, Вот такое сумбурное оЧУЧЕНИЕ... ПростЮпросТения))))* (Irina\_71); *Ну что, бумс носить* (хота007); подражания детской речи: *Уфайный, преуфайный, Лука его сильно хаял* (известный парфюмерный критик. – И. М., Е. В.) (Эдуард); *Простите за сравнение, греФневой каФкой пахнет и корой* (Olasilver). В основе языковой игры с графической формой слова в парфюмерном дискурсе лежат орфоэпические стереотипы. Семантика графонов «опирается на прецедентные знаки и свойственные им национально-культурные коннотации» [13, с. 259].

Ономатопы и звукоименная лексика используются для изображения звучания и моделирования различных экспрессивно-оценочных коннотаций на базе фонетической мотивации. Средством языковой игры является линейная сегментация слова, при которой повторение буквы актуализирует звукоподражательный или звукоименный аспект его восприятия: *Бешеная корррида ванили и корррицы))* (melon); *У меня парфюмерная катастрофа! Хнык!* :-( *Негерметичная упаковка была, и он, пока в посылочке доехал, больше чем на две трети разлился* (Gigliola); *Он, конечно, стал лучше, мягче, но остался Порошокком Порошковичем* (( «И-и-и», – плакая горькими слезками (snake-girl); *Я только лишь поднесла к носу флакончик Дивы, как оттуда выглянуло агрессивно настроенное существо и предупредило: «Я – шииииипр! Укушишу!»* (NogomeLeena).

Междометия – индексальные знаки, непосредственно выражающие эмоции, – используются для стилизации особенностей разговорной речи и создают атмосферу неофициальной раскованной беседы: *А какой пузырек Ммм!!! Чуть не выложила почти 7 тыщ* (Елегна); *Символ элегантности маленькое черное платье и ...опочки! Получи ольфакторное дежавю* (Mona1); *Сегодня купила этот парфюм, нанесла на запястье и обомлела, ё майё, на мне Елисейские поля с Метеорами* (Лина70). Этому же способствует в качестве дополнительного средства имитация устной формы речи, которая достигается взаимодействием квазиорфографии и супраграфематики: *Пошла, откопала свои мини-флакошки, мама дАрАгая, дык это ж парфюм!* (Calorie).

Парцелляция или иные способы могут передавать расчлененность речи и ее экспрессивизацию: *Муж всегда спрашивает, чем таким приятным пахнет, когда я наношу 1881. Каждый. Божий. Раз.* (Nemashka); *Очень женский запах, вот пришла такая femme formidable, и все сражены. Наповал. Ровными штабелями* (april21); *О, да! Это не просто гардения, это ГАР-ДЕ-НИ-Я! Аромат очень яркий, заполняющий собой все вокруг* (Sunny\_Shiny). Как показывают приведенные примеры, авторы отзывов активно используют потенциальные возможности изобразительных средств графики (знаки препинания в несвойственном им применении, прописные буквы и т.д.).

К этой же группе приемов можно отнести широко распространенные в текстах отзывов **голофрастические конструкции**, образованные «путем слияния словосочетания или предложения в одну лексическую мегаединицу» [7, с. 111]. При этом в качестве одной лексемы выступает иконически переданное оценочное высказывание: *...Остальные из разряда «где-то я уже это слышал!»* (nat14); *Этот аромат для меня стал чем-то из разряда «фу, какая гадость... дайте еще понюхать»* (Nya); *До сего дня я делила ароматы Амуаж на три группы: 1. Люблю безумно. 2. Вроде нравится, но не моё. 3. Фу, какая гадость. Сегодня появилась четвертая группа, единственным и, надеюсь, последним представителем которой является Sunshine – Амуаж не амуаж. Ну, ведь правда, это не Амуаж, девочки* (september1984); *Я его на люди не надеваю, он у меня – «никому не покажу – не расскажу»* (Kigttta); *А когда я решила нанести ее на себя, то ощущения варьировались от «Купите мне этого волшебства немедленно, литра три!» до «Мамочки, смойте с меня это, иначе я задохнусь!»* (lima\_girl); *Его кодовое название – «Все будет хорошо!»* (Radmy). Процесс лексикализации может на определенной стадии отражаться в синтаксисе и морфологии (у новообразования появляются формы словоизменения, мотивированные грамматической позицией в предложении): *Ведь даже обоняя «фу какую гадость» я понимала, за что они просят такие деньги* (september1984).

Как **дополнительные** функции языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии мы рассматриваем защитную, эвристическую, компрессивную, эвфемистическую функции.

С оценочной тесно связана **защитная функция**, ресурсы которой позволяют соблюдать вежливость в общении (говорящий при помощи обыгрывания речевых средств старается нейтрализовать возможную агрессивную реакцию собеседника на негативную оценку) [1]. Защитную функцию называют также

«смягчающей», поскольку высказывание переводится в шутливую тональность, и в результате сглаживается неприятное впечатление от его содержания [5, с. 174]. Довольно часто отзывы о парфюмерии начинаются с предупредительных фраз типа: «сейчас в меня полетят тапки», «сейчас меня будут бить» и т.п. В этом случае говорящий демонстрирует решимость в выражении своего мнения и готовность в связи с этим к ответным санкциям. Но подобная коммуникативная установка не исключает использования тактики смягчения [11]: *Сейчас меня будут бить поклонники аромата (AmberAcid); Кидайте тапки!!!! там роза помадная помадная!!!! сильная такая!!! и пахнет как от моей бабушки (а она не пользовалась хабанитой)!!!! (Zuleka); Итак, говновете тапки и тухлые помидоры, ибо ЗС от НЗ («Злато скифов» от «Новой зари». – И. М., Е. В.) раскрылся на мне ну точно как Сантал Мажюскуль и Же де По от Лютана (Maddalena).*

Т. А. Гридина считает, что восприятие языковой игры как формы лингвокреативной деятельности делает главной ее **эвристическую функцию**, «понимаемую как активизация способности говорящих к постановке и решению нестандартных лингвистических задач» [4, с. 120]. Языкотворческий игровой потенциал выступает как инструмент исследования возможностей языка. Чтобы выразить свое мнение, говорящий в качестве способа характеристики объекта может использовать метатезу: *«Идол д'Армани» перестановкой букв превращается в «Дари лимонад». Этим парфюм и занят: звонко пахнет Колокольчиком, Буратино, Дюшес и Крем-содой... (Turin-fan); паронимическую аттракцию: *Seysenagon, какая прелесть: «Жизнь без духов – бездуховная жизнь»! (zuleka) и т.д.; Для меня не ретро, но классика от слова КЛАСС: на него всегда можно положиться (Radmy) и т.д.**

**Языкотворческая функция** языковой игры реализуется в поиске нового яркого и экономного способа выражения мысли. Ее результатом является создание окказионализмов или необычных сочетаний слов, которые возникают как результат индивидуального творчества, но затем могут закрепляться в тематическом дискурсе отдельных групп. Безаффиксные субстантивы типа «затест», «занюх», «попроб», «передоз» и т.п. популярны в изучаемом типе дискурса: *Первое впечатление от попроба – свежесвыжатые бабушки )))))))) Ретро настолько, что дальше уже некуда (Авиация); Но если честно, то зацепил он меня не с первого «занюха», а скорее с первого «замыва», после нанесения не утерпела и пошла смывать, а к вечеру вдруг услышала что-то необычное и красивое и неизвестно откуда (Давласта).*

**Компрессивная функция** языковой игры основана на законе экономии речевых усилий. Использование приемов компрессии текста облегчает его восприятие и запоминание, служит целям усиления экспрессивности речи. Средствами параграфемии создаются гибридные слова, образованные по аналогии с поликодовыми терминами, широко распространенными в технических и научных текстах: *После этого я начала подходы к разным вариациям 19тншики (Chanel № 19. – И. М., Е. В.) (Tlivand).* За компрессией часто спрятана ирония, создающая непринужденность речи говорящего: *Им бы я сказала, что отчетливо стала слышать в них нотку, частенько встречающуюся в мужских мыльно-рыльных принадлежностях (Рыбка моя).*

В. З. Санников отмечает особую роль **маскировочной (эвфемистической) функции** словотворчества, носящей прагматический характер и характеризующей отношения между адресантом и адресатом. Эта функция позволяет обходить «цензуру культуры» в речевом общении, сглаживая проявление неприличия или невежливости [14, с. 27]. Приведем примеры: *Помня про постоянные поиски в темах «самого саксаульного», не могла не спросить, какие запахи для него таковыми являются (melek); Воистину, создавалось впечатление, что все вокруг – и мужчины, и женщины – облиты MoschinoFunny. А вот парфюмерный профан в летнее пекло вполне мог бы принять такой шлейф за запах «неблагорожденной натуры»)) (Ginevra).*

С перечисленными и охарактеризованными выше функциями языковой игры в парфюмерном дискурсе связаны и другие функции, выделяемые лингвистами. **Гедонистическая функция** языковой игры (Е. Ф. Болдырева, Б. Ю. Норман) заключается в том, что в процессе коммуникативной деятельности адресант получает эстетическое удовольствие от процесса словотворчества, а адресат – от способности оценить его результат [1]. Если использование игровых приемов приводит к созданию нового содержания (новых ассоциативных связей между смыслами слов), то речь идет о проявлении **смыслообразующей функции** языковой игры. В интернет-дискурсе эта функция реализуется в различных способах графической игры [13] и создании каламбуров [14, с. 27]. **Парольная функция** языковой игры проявляется в ситуации, когда употребление игровых приемов адресовано конкретной референтной группе, члены которой способны опознать интертекстуальную отсылку и адекватно понять ее смысл (обыгрывание парфюмонимов в интернет-отзывах о парфюмерии). Продуцирование определенных игровых выражений в данном случае выполняет парольную функцию по аналогии с жаргоном. **Аттрактивная (контактоустанавливающая) функция** языковой игры заключается в привлечении внимания с целью создания и поддержания контакта между собеседниками. Образование новых языковых форм или употребление существующих в неожиданном вербальном или ситуативном контексте всегда привлекают внимание. В интернет-дискурсе, где стремление к визуализации проявляется в создании креолизованных текстов, аттрактивная функция присуща вербальным и невербальным компонентам прецедентных текстов. В составе функций языковой игры В. З. Санников обращает внимание на **релаксационную** (позволяющую снять напряжение в общении), **дискредитирующую** (вербальное выражение враждебности) и **самоутверждающую** (получение удовольствия от обыгрывания собственных достоинств или недостатков окружающих) [Там же, с. 26-27].

Функции языковой игры взаимосвязаны. В каждом конкретном случае могут проявляться несколько функций одновременно. Универсальный характер оценочной функции и функции самопрезентации в текстах отзывов мы отметили выше. Языковая игра всегда стремится к созданию эстетически значимой формы высказывания [15, с. 9]. Эстетическая функция – осознанное стремление адресанта создать новый выразительный способ наименования, чтобы донести свои мысли и чувства до адресата, привлечь его внимание и доставить

эстетическое удовольствие необычностью языковой формы. Большинству употреблений языковой игры в случае ее успешной реализации сопутствует гедонистическая функция. Выступая как важное средство повышения прагматического потенциала высказывания, языковая игра отражает индивидуальный стиль говорящего и выполняет характерологическую функцию в общении. Также языковая игра служит одним из важнейших языковых средств воздействия в процессе коммуникации. Игровые приемы выступают как инструмент реализации разнообразных коммуникативных стратегий и тактик.

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующие **выводы**: 1) языковые нормы и речетекстовые стандарты участников коммуникации зависят от типа дискурса и допускают различные степени и направления игрового преобразования информации, способствуя усилению коммуникативного воздействия; 2) многочисленные функции языковой игры в парфюмерном дискурсе связаны с реализацией главных коммуникативных целей авторов интернет-отзывов: передачей обонятельных ощущений и выражением личного отношения к аромату, что обуславливает универсальный характер оценочной и самопрезентирующей функций; 3) основными функциями языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии являются: оценочная, комическая, экспрессивная, изобразительная, выразительная, эстетическая; 4) к разряду дополнительных функций языковой игры относятся: защитная, компрессивная, эвристическая, эвфемистическая.

Анализ языковой игры в интернет-отзывах о парфюмерии показывает, что в каждом конкретном случае употребления игровых приемов реализуются несколько функций одновременно. В связи с этим дальнейшее исследование полифункциональности языковой игры представляется перспективным для характеристики лингвокреативной деятельности в интернет-коммуникации.

#### Список источников

1. Болдырева Е. Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2002. 18 с.
2. Гридина Т. А. Метафоры детской речи как феномен лингвокреативного мышления и поэтической одаренности // Лингвистика креатива – 4: колл. монография / Урал. гос. пед. ун-т; под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2018. С. 11-39.
3. Гридина Т. А. Смысловая перспектива слова в игровом художественном тексте // Лингвистика креатива – 4: колл. монография / Урал. гос. пед. ун-т; под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2018. С. 270-281.
4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 1996. 215 с.
5. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М.: Наука, 1983. С. 172-214.
6. Зыкова И. В. Метаязык лингвокультурологии: константы и варианты. М.: Гнозис, 2017. 752 с.
7. Ковынева И. А. Голофразис как способ экономии языковых усилий // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 110-112.
8. Кронгауз М. А. Игры с орфографией в Интернете закончились [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20141204/1036361926.html> (дата обращения: 17.05.2020).
9. Куранова Т. П. Функции языковой игры в медиаконтексте // Ярославский педагогический вестник. 2010. Т. 1. № 4. Гуманитарные науки. С. 272-277.
10. Маринченко И. А. Образная речевая конкретизация в парфюмерном дискурсе [Электронный ресурс] // Филологические открытия. 2017. № 5. С. 73-83. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30354177> (дата обращения: 17.05.2020).
11. Маринченко И. А. Факторы снижения уровня категоричности высказывания и оценки в современном парфюмерном дискурсе // Альманах современной науки и образования. 2016. № 8 (110). С. 43-47.
12. Маринченко И. А., Васильева Е. В. Приемы трансформации формальной структуры прецедентных высказываний в интернет-отзывах о парфюмерии [Электронный ресурс] // Филологические открытия. 2018. № 6. С. 162-173. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35590078> (дата обращения: 17.05.2020).
13. Попова Т. В. Новое в изучении графодеривации // Лингвистика креатива – 4: колл. монография / Урал. гос. пед. ун-т; под общ. ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2018. С. 229-269.
14. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 2002. 552 с.
15. Усолкина А. В. Языковая игра как текстообразующий фактор: на материале литературных сказок Л. Кэрролла и их переводов: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2002. 20 с.
16. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 414 с.
17. Шмелева Т. В. Сегментация высказывания и слова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2007. № 1-2. С. 104-116.
18. *Fragrantica* [Электронный ресурс]: электрон. журн. URL: <http://www.fragrantica.ru> (дата обращения: 17.05.2020).

### Functions of Language Game in Perfumery Discourse

Marinchenko Irina Aleksandrovna, PhD

Vasil'eva Elena Vasil'evna

Far Eastern Federal University, Vladivostok  
irmarinchenko@yandex.ru; biblioussdfu@bk.ru

The article considers language game in perfume lovers' Internet commentaries as a form of linguistic creativity in the thematic discourse. The research objective includes identifying specificity of using language game techniques in this genre of perfumery discourse. Scientific originality of the paper lies in the fact that functions of language game are analysed from the viewpoint of their role in achieving authors' basic communicative purposes: to transfer olfactory impressions and to express personal attitude to an aroma. The research findings are as follows: the authors identify the basic and additional functions of language game in the perfumery discourse, describe means and techniques for their realization in the sphere of Internet communication.

*Key words and phrases*: linguistic creativity; language game; functions of language game; perfumery discourse; Internet commentary.