

ПАРФЮМЕРНАЯ КРИТИКА КАК ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА И РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Ли Мин-Чунь ¹⁾, П. А. Катъшев ²⁾

¹⁾Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина,
ул. Академика Волгина 6, 117485, г. Москва, Россия, ming-li-1028@yandex.com;

²⁾Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина,
ул. Академика Волгина 6, 117485, г. Москва, Россия, PAKatyshev@pushkin.institute

В статье рассматривается парфюмерная критика как один из типов дискурсивной практики и речемыслительной деятельности. Отмечается, что в дискурсивных исследованиях понятие «парфюмерная критика» является недостаточно осмысленным. Однако парфюмерная критика, если рассматривать ее путем сопоставления с риторической критикой, является, с одной стороны, дискурсивной практикой, в которой основополагающее значение имеет оценочный режим осмысления ароматического источника, а с другой – деятельностью, в которой восприятие парфюмерной композиции и связанных с ней свойств и атрибутов (стойкости, шлейфа, упаковки, гендерного профиля и т. д.) включено в познавательную ситуацию выбора и применения аксиологического основания.

Ключевые слова: речемыслительная деятельность; критическая деятельность; парфюм; парфюмерная критика; риторическая критика.

По мнению Н. Л. Зыховской, «исследование вербализации физиологических ощущений ведется в науке достаточно давно» [1, с. 10], при этом вопросами их концептуализации и категоризации ученые занялись лишь в последние десятилетия XX века (зрение, слух, вкус, обоняние и осязание являются предметом лингвистических исследований с точки зрения семиотического, критического, оценочного, риторического, коммуникативного и других походов).

Вместе с тем в современных лингвистических исследованиях, особенно в сфере изучения феноменов речевой деятельности, недостаточно научных трудов, касающихся проблемы дискурсивного осмысления особенностей восприятия парфюма и связанных с ним атрибутов и свойств. Традиционно данная проблема затрагивается в теории парфюмерного дискурса.

Согласно Ф. Л. Косицкой, «парфюмерный дискурс – это тип профессиональной коммуникации, связанный с созданием (изобретением), производством (технологией), рекламой, защитой, оценкой, маркетингом (продажей) парфюмерной продукции» [2, с. 72]. При этом самостоятельной сферой функционирования парфюмерного дискурса выступает деятельность, направленная на оценивание парфюмерной продукции. Именно со спецификой данной деятельности связана парфюмерная критика (далее – ПК).

К сожалению, в российских филологических исследованиях отсутствует толкование и объяснение понятия ПК, однако данное понятие можно рассмотреть, проводя аналогии с риторической критикой (далее – РК) как «дискурсивной деятельностью субъекта, понимающего воздействующий потенциал и целесообразность коммуникативного акта и словесно формулирующего их оценку» [3, с. 96–100]. Полагаем, что в настоящее время риторическая критика является «критической деятельностью специального субъекта, занимающегося рассмотрением различных дискурсивных практик и коммуникативных артефактов с целью более глубокого понимания и рациональной оценки того, как символы воздействуют на людей» [4, с. 18].

На этом основании ПК может строиться по образцу того, как описывается структура речемыслительной деятельности субъекта РК (см. работы В. В. Смолененковой [5; 6]).

Субъект ПК: критиком может быть лицо профессиональное (парфюмер) или непрофессиональное (блогер, любитель парфюма), имеющее способность к восприятию, описанию, категоризации, анализу, истолкованию и оценке парфюма, отдельных его свойств и семиотических репрезентаций (в рекламе, отзывах и т. д.).

Объект ПК: в первую очередь к нему относят саму парфюмерную продукцию, ее свойства и атрибуты – «пирамиду композиции», стойкость, шлейф, упаковку, название, гендерный профиль и др.

Предмет ПК: воздействие парфюмерии на человека, а также культурные, этнические, экономические, эстетические, гедонистические и другие аспекты, определяющие использование ароматических композиций в социуме и отдельными индивидами.

Цель ПК: установка критика в общем случае состоит в том, чтобы передавать восприятие запаха парфюма, оценивать и описывать его.

Повод ПК: его можно определить как некий фон или источник, которые у субъекта сознания вызывают желание поделиться мнением, эмоцией об ароматической композиции.

Средства ПК: поскольку деятельность критика имеет дискурсивный характер, то ее средствами выступают прежде всего сам язык, а также речевые, жанровые формы, приспособленные для выражения оценки, и речевые механизмы формулирования оценочного суждения, например, ирония, похвала, метафора, эвфемизм и пр.

Процедуры ПК (методы разбора для выявления и квалификации механизмов речевого воздействия): они могут располагаться на дескриптивно-прескриптивной шкале примерно следующим образом: описание → категоризация → анализ → оценка.

За счет **описания** критик дает представление о параметрах и свойствах аромата и связанных с ним явлениях.

Посредством **категоризации** описываемые характеристики подводятся под какую-либо обобщающую категорию:

- ◆ гендер: мужской, женский или унисекс;
- ◆ группа ароматов: цитрусовые, геспериды, древесные, шипровые, восточные, зеленые, папоротниковые, фужерные и т. д.;
- ◆ рыночный сегмент: элитная, селективная, масс-маркет, люкс;
- ◆ стоимость: дорогая, средняя и недорогая;
- ◆ флакон: стеклянный, фарфоровый, пластиковый и т. п.

Анализ раскрывает зависимость восприятия аромата от входящих в его состав компонентов.

Оценка позволяет выразить отношение субъекта сознания к воспринимаемому аромату или к другим связанным с ним атрибутам.

Зачастую в тексте все процедуры критической деятельности связаны и создают единое целое: *Il Était Un Bois* – одеколонный ветивер, такой как в Малевском *Vetiver Extraordinaire* [описание + категоризация + оценка]; *Прозрачный, смолистый как свежий сруб сосны. Травяной и фужерно-дедовский, с классической кумариново-ванильной базой* [описание + категоризация + оценка]; *На самом деле, тут не совсем ветивер, а его прозрачная и чистая фракция – ветиверол* [анализ]; *Она более зеленая и свежая, нежели само эфирное масло корня* [описание + оценка]; *Ветивер украшен мучнистостью кедра и едва заметной рассольностью и лакированностью сандала* [описание + оценка]; *Чувствую фундук, даже скорее его шелуху* [оценка]; *Этот парфюм подходит мне, но еще лучше подошел бы Щелкунчику* [оценка]; *Последнее, что меня добило, – охренительный, очень дорогой цвет этикетки. Такой выбеленной хлоркой голубой ели* [описание + оценка]; *Я старался писать сдержанно, чтобы не перехваливать, но мне прям зашел. Поставлю на полку избранных (но могу и убрать, если не приживется)* [оценка] (Telegram-канал «Духи наизнанку»).

Формы ПК: деятельность субъекта критики может быть воплощена через разнообразные дискурсивные формы, определяемые по нескольким основаниям: по характеру субъекта, доминирующей процедуре и жанру [4, с. 20–21]. В плане жанрового состава деятельность критика характеризуется преимущественным использованием форм, которые свойственны публицистической (блог, сетевой канал, журнал, реклама и т. д.), научно-популярной и разговорной речи. Можно выделить такие формы ПК, как:

- ◆ спонтанная критика (оценка через газетные и сетевые публикации) – в данной ситуации субъектом является журналист, блогер, «фанат» парфюма;

♦ критика профессионалов, специалистов – здесь субъектом является представитель экспертного сообщества (химик, парфюмер, эвалюатор).

Часто элементы спонтанной критики встречаются и в высказываниях профессионалов, особенно в тех случаях, когда они выступают в роли блогеров (см. текст выше, написанный профессиональным парфюмером, химиком по образованию К. Хайкиным).

В соответствии с доминирующей процедурой выделяются:

♦ импрессионистическая критика (доминирует эмоциональная реакция критика);

♦ аналитическая критика (доминирует анализ свойств и атрибутов парфюма);

♦ рассудочная критика (под оценку подводятся разнообразные параметры и свойства парфюма, а также сопровождающие его явления, в том числе социального характера).

Продукт ПК: это может быть определенное критическое выступление, представленное в жанре видеобзора, интервью на различных каналах блогеров или интернет-произведение (в виде комментария, отзыва, эссе, статьи парфюмеров, журналистов и любителей парфюма).

Таким образом, ПК – это один из типов дискурсивной практики и речемыслительной деятельности, так как она:

♦ осуществляется через текст;

♦ ориентирована на оценку свойств и характеристик парфюма (ароматической ноты и аккорда, интенсивности, стойкости, шлейфа, ценового сегмента и т. д.);

♦ предоставляет критикам возможность раскрыть и передать свое мнение о парфюмерной продукции, а также соответствующий опыт любому адресату.

Библиографические ссылки

1. Зыховская Н. Л. Изучение теории одорической вербализации в отечественной филологии // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. : Лингвистика. 2012. № 25. С. 10–13.

4. Катышев П. А. Риторическая критика в гносеологическом и онтологическом измерениях // Русский язык за рубежом. 2018. № 2 (267). С. 18–23.

2. Косицкая Ф. Л. Жанровая палитра французского парфюмерного дискурса // Вестник Томского гос. пед. ун-та. 2016. № 6 (171). С. 71–75.

3. Риторика / под ред. П. А. Катышева. Кемерово, 2011.

5. Смолененкова В. В. Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации : дис. ... канд. филол. наук. М., 2005.

6. Смолененкова В. В. Понятие риторической критики. [Электронный ресурс]. URL: https://genhis.philol.msu.ru/article_49.shtml (дата обращения: 18.04.2024).