Маринченко Ирина Александровна

ОБРАЗЫ, СВЯЗАННЫЕ С ОДЕЖДОЙ, В СОВРЕМЕННОМ ПАРФЮМЕРНОМ ДИСКУРСЕ

В работе рассматривается ассоциативная связь между запахом и одеждой на примере текстов интернет-отзывов о парфюмерной продукции. Выявляются первичные формы такого сближения, центральное место среди которых занимает образ. Одежда становится той концептуальной областью-источником, которая предоставляет говорящему систему средств, позволяющих реализовать субъективные представления автора-непрофессионала о парфюмерном продукте. В статье приведены примеры, в которых отражается потенциально заключенное в тропике стремление к развертыванию в различных текстовых формах, подчиняющееся тем или иным требованиям дискурса.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2016/8/10.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2016. № 8 (110). С. 40-43. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2016/8/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ON THE ISSUE OF IMPROVING MILITARY UPBRINGING AT THE MILITARY-EDUCATIONAL INSTITUTION

Kasavtsev Mikhail Yur'evich
Military and Space Academy named after A. F. Mozhaysky in Saint Petersburg
mk-spb@rambler.ru

The article examines the issue of improving military upbringing by the methods of military students' spiritual and moral upbringing. The author provides a brief survey of scientific publications on the mentioned problem, which has identified contradiction between the objective social need for the spiritual and moral personality of a future officer, on the one hand, and the current state of military students' spiritual and moral upbringing, on the other hand. Relying on the findings the author developed methodology of military students' spiritual and moral upbringing, which will allow exerting purposeful educative influence on the future military specialist's personality.

Key words and phrases: military men's upbringing; military student's personality; spiritual and moral upbringing; Defender of the Fatherland; system of spiritual and moral values.

УДК 81-25
Филологические науки

В работе рассматривается ассоциативная связь между запахом и одеждой на примере текстов интернет-отзывов о парфюмерной продукции. Выявляются первичные формы такого сближения, центральное место среди которых занимает образ. Одежда становится той концептуальной областью-источником, которая предоставляет говорящему систему средств, позволяющих реализовать субъективные представления автора-непрофессионала о парфюмерном продукте. В статье приведены примеры, в которых отражается потенциально заключенное в тропике стремление к развертыванию в различных текстовых формах, подчиняющееся тем или иным требованиям дискурса.

Ключевые слова и фразы: парфюмерный дискурс; модусы перцепции; образ; образность; метафора; ольфакторная лексика.

Маринченко Ирина Александровна, к. филол. н., доцент
Дальневосточный федеральный университет (филиал) в г. Уссурийске
irmarinchenko@yandex.ru

ОБРАЗЫ, СВЯЗАННЫЕ С ОДЕЖДОЙ, В СОВРЕМЕННОМ ПАРФЮМЕРНОМ ДИСКУРСЕ

Вопросы, связанные с раскрытием разных граней образности (понимание образности, ее роли в процессах отражения действительности, проблемы языковой реализации образности), всегда привлекали к себе внимание исследователей. Образность является объектом междисциплинарных исследований в философии, семиотике, литературоведении, лингвистике, поскольку связана с деятельностью мышления, результаты которой в знаковой форме отражаются в различных способах и формах отражения мира. Многообразие направлений современной лингвистики позволяет изучать образность в разных аспектах: ономастическом, лингвостилистическом, собственно лингвистическом, лингвокогнитивном и т.д.

Образность речи проявляется как «способность обозначить определенное явление внеязыковой действительности (предмет, свойство, процесс, ситуацию) в ассоциативной связи с другим явлением, не тождественным обозначаемому, на основе их реального или мнимого сходства» [12, с. 10]. Утверждая, что «понятие образности является одной из ключевых, фундаментальных категорий и для науки, и для искусства», В. П. Москвин ставит вопрос, «насколько адекватна важность этого понятия степени его изученности и определённости» [9, с. 61].

Понятие «образность» является производным от понятия «образ». Образ возникает как результат сенсорных операций, но «в дальнейшем отрывается от них и начинает играть свою особую роль в формировании семантических представлений» [6, с. 98-99].

О важности зрительной перцепции среди других модусов восприятия свидетельствует то, что «говорящий может сделать попытку визуального осмысления объекта» [Там же, с. 102], у которого визуальный образ в реальности отсутствует. К таким объектам сенсорной перцепции относится запах. На основании ольфакторного восприятия «в поле зрения субъекта оказывается… некая смутно вырисовывающаяся сущность, представленная своими визуальными свойствами, а также свойствами, воспринимаемыми другими путями. Иными словами, эта сущность есть образ объекта» [Там же].

Восприятие не отделено и от более сложных ментальных операций, «таких как отождествление, таксономия, интерпретация, извлечение импликаций и др.» [1, с. 110-111]. Неразрывная связь восприятия с процессами познания и даже отождествление их лежат в основе ряда философских концепций и теории когнитивной психологии [Там же, с. 111-112].

Многие представители когнитивной лингвистики подчеркивают, что образ является необходимой ступенью формирования концепта, который «способен, продвигаясь по ступеням абстракции, постепенно превращаться из чувственного образа в собственно мыслительный» [7, с. 40]. Несколько иначе соотношение образа и концепта представляет Н. А. Красавский: «оязыковленный концепт, базирующийся на представлении,

понятии… по мере погружения в культурное пространство конкретного этноса приобретает как когнитивный элемент дополнительные вторичные признаки – образ и оценку» [4, с. 57].

Как лингвистическая категория образность опирается на образное значение, в котором совмещаются предметно-понятийный план содержания и «связанный с ним по принципу модуса фиктивности ассоциативно-образный план» [12, с. 10]. Способом представления значения, важнейшими чертами которого являются зрительность и сравнительная недолговечность, считает образность В. К. Харченко [10, с. 67-68]. Образность тесно связана с экспрессивностью и оценкой [9, с. 65-67; 10].

К числу лексических средств образности обычно относят мотивированные слова и фразеологизмы, вторичные метафорические лексико-семантические варианты слова. Репрезентантами образности являются стилистические приемы: сравнение, метафора, метонимия, эпитет и т.д.

С помощью средств образности реализуются разнообразные функции языка: номинативная, экспрессивная, оценочная, эстетическая и т.д. [11].

Сферой реализации образности в первую очередь является художественная речь. Однако индивидуальные ассоциации оказываются важными элементами речемыслительной деятельности и во многих иных типах дискурса. У современного человека в процессе общения все чаще возникает потребность выразить свои ощущения, связанные с использованием предметов быта, которые возводятся в ранг эстетических категорий (еда, напитки, парфюмерия, одежда и т.д.). Непрофессионалы делятся своими впечатлениями на специализированных тематических сайтах, например, на сайте электронного журнала “Fragrantica”, один из разделов которого представляет собой коллекцию отзывов о парфюмерной продукции [13]. Предполагается, что эти отзывы станут основой энциклопедии, посвященной парфюмерии. Представленный в данной статье иллюстративный материал взят с этого сайта, псевдонимы авторов цитат указаны в скобках после примера. Орфография и пунктуация источников в основном сохранены.

Необходимо отметить эмоциональность, личностное начало текстов о парфюмерии; обилие в них ассоциаций, связанных с запахом; субъективность оценок; выразительность и в то же время шаблонность речи; разнообразие приемов языковой игры. «Восприятие запаха опосредовано субъективными ощущениями, что находит свое отражение в экспрессивной окраске языковых единиц, формирующейся за счет оценочного, эмоционального и модального компонентов значения» [3, с. 6].

Запах с трудом поддается когнитивной обработке и описанию с использованием средств «собственного» модуса перцепции. Поэтому ольфакторная лексика довольно бедна, и в парфюмерном дискурсе «чужие позиции» занимает более дифференцированная в плане семантики лексика звука, цвета, вкуса, осязания: *Она практически **осязаема**, как струящееся длинное шелковое платье – **нежное** к коже, **тяжелое** за счет роскошной ткани. Ее время – ночь, ее цвет – **алый**, ее ткань – шелк. Красивейший аромат!* (tasha-v). Таким образом, «представления о запахе являются чисто предметными» [8, с. 120].

Люди, объединенные общими интересами, осваивают образный язык соответствующей области. Так, любители парфюмерии непроизвольно или намеренно подчеркивают существующую в их сознании ассоциативную связь между запахом и одеждой. При описании запаха очень широко используется лексика звука, опора же на предметное восприятие объясняется тем, что сознанию легче всего оперировать зрительными образами [1, с. 113].

К одежде в широком смысле мы будем относить все, что покрывает тело. Парфюмерия и одежда сближаются в ассоциативном мышлении по ряду категориальных признаков. Выбор одежды и аромата определяется общими критериями: место или время ношения, социальный статус или профессия носителя. Таким образом, одежда и аромат входят в «комплекс» признаков, создающих законченный образ человека или соответствующих определенному стереотипу: *Но, конечно, идеальнее всего – надеть дорогое платье, красивые туфли и минимум украшений, потому как **аромат сам по себе – дорогое колье*** (Your_RockNRoll). Маркерами этого сближения являются слова, называющие категории ментального плана: *впечатление, образ, ассоциация, представление, сказка, фантазия*: *К этому аромату вот прямо напрашивается **образ**: короткое платье из шелка, босоножки на каблуке, длинные локоны и Endless Euphoria* (Areshek); ***Ассоциации** от аромата – прекрасная женщина с длинными шелковистыми черными волосами и шелковой белой кожей в гареме султана…* (EleNochka1984); *И попадаю в **сказку**. Как будто меня **окутывает золотистый мягкий теплый шарф**, а вокруг распускаются нежные вкусные розы…* (Astroninja).

Метафорическая ассоциация, пронизывая текст и создавая «семантическое напряжение», передает индивидуализированный в сознании автора образ объекта. Так, легкий в восприятии и быстро исчезающий аромат чаще всего уподобляется кружеву или тонкому шарфу: *Попробую сравнить аромат по звучанию и легкости (для меня) с одним из самых тонких кружев. Говорят, что это **вологодские кружева**. Но я видела и **брюггское кружево... Вот для меня этот аромат – это самое тонкое парфюмерное кружево*** (Нежность); *Это **не мантия**… это **газовый шарф и органза**, **исчезающая вместе с хозяйкой*** (tinto).

Предмет одежды (в широком смысле) может быть только частью законченной картины, передающей впечатление от аромата: *Осеннее, уже чуть подгнившее золото листьев. Недопитый терпкий, теплый коньяк (?) **на винтажном пледе**… Интеллигентная, но небогатая леди. Это то **настроение**, что у меня во флаконе* (La Rissa). Упоминание об одежде выступает как звено «веерного» сравнения, помогающего выразить впечатления от аромата: *В базе Нуар меня удивил: **если сравнивать с тканью, то это был серый гладкий шифон,** если с временем суток – вечер или раннее утро, если с музыкой – соната, исполняемая скрипкой* (missy); *Органза как **ткань** ассоциируется у меня с красно-золотой солнечной осенью, Органза как аромат – с тонким **шифоновым шарфиком и кашемировым пальто*** (CrazySusy).

В приведенном ниже примере сравнение аромата и одежды включается в текст-иллюстрацию, автор которого эксплицирует весь сценарий использования парфюмерного продукта: *Я бы сравнила еще этот аромат с дорогим* ***платьем****. Прежде чем приобрести его, необходимо не один раз* ***примерить****, проверив каждый* ***сантиметр ткани****, каждый* ***шов*** *– все должно* ***сидеть*** *идеально... Походите в нем, не стоит полагаться на* ***манекен****, а в случае с ароматом – на блоттеры… Но если что-то вас в этом* ***платье*** *смущает – уходите от него… но после обязательно вернитесь. И так до тех пор, пока он не* ***сядет*** *на вас идеально* (AnnaKhm).

Предикативные метафоры, «выявляющие художественный сдвиг», часто раскрываются или подкрепляются, углубляются в семантическом плане образными сравнениями и приложениями, «уточняющими характер семантического сдвига» [5, с. 6]: *Он очень* ***приятный, сладенький, пушистый****… Очень* ***мягонький****, действительно, как* ***пуховая шаль****…* (eye_coulle); *Аромат –* ***шелковая ночная рубашка) – лежит*** *на смуглой коже идеально* (Modmouselle Vivi); *На мне он* ***раскрываться не желает*** *– так и* ***лежит тяжелой, монотонной мантией*** (Муррц); *Это такой очень* ***действенный деловой «катализатор»... Как костюм в стиле Шанель или брючный а ля Марлен Дитрих*** (lubovrodukova); Аромат ***именно «струится», как гладкая, блестящая ткань между пальцев****…* (Pani Irena).

Образно употреблённое слово может стать экспрессивным центром тропа, «контекст которого образуют единицы, связанные с данным словом иррадиацией экспрессии» [Там же, с. 5-6] и оценки: *На меня он всё-таки немного невнятно* ***садится. Как сложно скроенное, с кучей верёвочек и драпировок платье, которое надели на совсем не подходящую фигуру и неправильно, запутавшись в складках и завязках, так, что в получившейся хламиде не рассмотреть задумки портного*** (4ainygribb); *Для меня этот аромат –* ***шикарное мамино платье****. Мечтаю когда-нибудь* ***дорасти до него*** *и почувствовать себя в нем комфортно* (toshynchik); *Когда надеваю винтаж,* ***чувствую себя как в бабушкином пальто****,* ***снова вошедшем в моду: модное, но все равно старое*** (alicecurls); *Как* ***шерстяной свитер не по размеру****, вроде бы* ***тепло и приятно****, а* ***кольнет то там, то тут, потянет, почешется****...* (yevgeniya.shcherbitskaya). Сравнение обычно «готовит путь метафоре», делая ее появление мотивированным: *Одевая на себя, чувствуешь себя роскошной самодостаточной женщиной,* ***как если бы одела бриллиантовый гарнитур****. Ведь* ***Chanel №5 и есть парфюмерный бриллиант****!* (Natali_K).

Действие семиотического закона взаимодействия модальностей восприятия, создающего «иллюзию гомогенности воспринимаемых свойств» [1, с. 112], приводит к появлению синестетических эпитетов: запах, как и одежда, может быть ***гладким, теплым, пушистым, мягким, вуалевым, кружевным, бархатным, замшевым, шелковым, шифоновым*** и т.д.: *Стойкий, нежный, «****вуалевый****»* (sova 26); *Он… показал свое деликатное белоцветочное* ***кружевное*** *начало* (Nemashka). Тропы отражают причинно-следственные связи в развёртывании текста: *Не сказала бы, что можно назвать его «свежаком» –* ***как нельзя назвать кружево «легкой тканью»****...* (Ainaki).

Общий сигнификативный дескриптор понятий *аромат* и *одежда* (термин, принятый в работах А. Н. Баранова) можно обозначить словом «оболочка». Чаще всего он объективируется в словах *кокон, шаль*: *Шалимар – он* ***кокон, который окутывает****, он* ***защита****, из которой не хочется освобождаться* (АНКА); *Мне тоже кажется, что* ***шелковый бархат обволакивает*** *меня;* ***Окутывает и согревает, словно тончайшая пуховая шаль*** (Inch); *Аромат* ***окутывает как кашемировая шаль*** (Идущая); *Хочется* ***закутаться в него и остаться там жить****!* (Светлана САИ).

Идентификация запаха осуществляется «температурными» словами [2, с. 336], словами, относящимися «к параметрам, постигаемым зрением, или словами “осязательного” значения» [Там же]. *Теплые* запахи ассоциативно вызывают мысль о свойствах одежды: *В* ***прохладном*** *воздухе он укутывает тебя,* ***как роскошная шуба*** (Anila_Li); *Органза – на снег и холод –* ***согревающая мантия небытия. Терпко-ореховованильная шаль,*** *женственая, чувственная, глубокая, нежная* (Terirem); *Knowing* ***наношу даже в качестве «пижамки», мне с ним уютно, тепло*** (Sofias).

Вестиментарная метафора позволяет не только выразить представления об аромате, но и дать ему оценку, сделать ее более выразительной и тем самым усилить эмоционально-оценочную реакцию адресата. Можно привести примеры, когда метафора в парфюмерном дискурсе, как и в поэтической речи, «дает конденсированную характеристику конкретного предмета, часто претендуя на проникновение в его существо» [Там же, с. 334]: *Роза в аромате просто прекрасна! Это* ***королевская мантия из пурпурного бархата, отороченного горностаем*** (lennoxx). Образы тропеической конструкции (мантия, пурпур, бархат, горностай) входят в аргументативную часть модуса полагания, то есть отвечают на вопрос о том, почему говорящий считает, что роза прекрасна. При этом каузальные отношения косвенно номинируют отдельные качества области-цели (*величественный, бархатный, чистый* аромат).

Ссылки на ситуации, связанные с использованием одежды, объясняют личные предпочтения в выборе ароматов: *Я приобрела 35 мл EDP и ни за что не променяю его на «ведро» «компота». Лучше иметь в гардеробе* ***одно маленькое черное платье, чем миллион дешевых аляпистых тряпок*** (Koshi); *Но Мадемуазель всегда со мной, как* ***маленькое черное платье****, как* ***любимые туфли****, которые одеваешь редко, но точно знаешь, не подведут* (Oxyapple).

В компаративной конструкции более наглядно объясняются причины возникшего чувства усталости от «тяжелого», удушливого аромата или разочарования в запахе, который не хочет «раскрываться»: *А шлейфище! Под вечер даже устала от него,* ***как от шикарного парчового платья с корсажем*** (gangster of love); *На мне он раскрываться не желает – так и* ***лежит тяжелой, монотонной мантией*** (Муррц).

Представленный материал позволяет сделать вывод о том, что образность и экспрессивность в полной мере свойственны некоторым формам современного тематического дискурса. В парфюмерном дискурсе

одежда становится той концептуальной областью, с помощью образов которой становится возможным описать все части сценария использования аромата. Вестиментарная метафора создает объединенную общей ассоциацией последовательность языковых единиц, в которой признаки объекта ольфакторной области восприятия становятся наглядными и субъективно переживаемыми. Предметный образ заряжает текст экспрессией и становится опорой выражения оценки.

Список литературы

1. **Арутюнова Н. Д.** Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 339 с.
2. **Арутюнова Н. Д.** Функциональные типы языковой метафоры // Известия АН СССР. М., 1978. Т. 37. № 4. С. 333-343.
3. **Котенева И. А.** Номинация запаха во французском языке: дисс. ... к. филол. н. Белгород, 2006. 181 с.
4. **Красавский Н. А.** Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография. Волгоград: Перемена, 2001. 495 с.
5. **Кураш С. Б.** Метафора и её пределы: микроконтекст – текст – интертекст. Мозырь: МозГПИ им. Н. К. Крупской, 2001. 112 с.
6. **Лауфер Н. И.** От образа к подобию // Логический анализ языка. Тождество и подобие, сравнение и идентификация. М.: Наука, 1990. 226 с.
7. **Маслова В. А.** Когнитивная лингвистика: учебное пособие. Мн.: ТетраСистемс, 2004. 256 с.
8. **Матвеева Т. М.** Перцептивная категория запаха в языке профессиональных дегустаторов (на материале немецкого языка) // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 24 (315). Филология. Искусствоведение. Вып. 82. С. 118-122.
9. **Москвин В. П.** Русская метафора: очерк семиотической теории. Изд. 4-е, испр. и доп. М.: ЛКИ, 2012. 200 с.
10. **Харченко В. К.** Разграничение оценочности, образности, экспрессивности и эмоциональности в семантике слова // Русский язык в школе. 1976. № 3. С. 66-71.
11. **Харченко В. К.** Функции метафоры. Воронеж: ВГУ, 1991. 81 с.
12. **Юрина Е. А.** Комплексное исследование образной лексики русского языка: автореф. дисс. ... д. филол. н. Томск, 2005. 50 с.
13. **http://www.fragrantica.ru/** (дата обращения: 19.07.2016).

IMAGES CONNECTED WITH CLOTHES IN MODERN PERFUMERY DISCOURSE

Marinchenko Irina Aleksandrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Far Eastern Federal University (Branch) in Ussuriysk
irmarinchenko@yandex.ru

The article considers an associative connection between fragrance and clothes by the example of the texts of online reviews about perfume products. The primary forms of such approach, among which the image takes the central place, are revealed. Clothes become such conceptual area-source that gives a speaker a system of means, which allow realizing subjective ideas of an author-nonprofessional about a perfume product. The paper presents examples, in which a wish to develop in various textual forms obeying these or those requirements of the discourse and potentially enclosed in tropes, is reflected.

Key words and phrases: perfumery discourse; modes of perception; image; figurativeness; metaphor; olfactory vocabulary.

УДК 81-25
Филологические науки

Объектом изучения в статье явились причины, которые приводят к снижению уровня категоричности высказывания в парфюмерном дискурсе. Делается вывод, что в основе этого явления лежит следование правилам коммуникативного сотрудничества, что заставляет коммуникантов избегать догматичности в выражении собственной точки зрения. Выбор речевых стратегий и типов речевого поведения определяется оценкой субъектом речи интересов адресата и способностью адресата осознать мотивы говорящего. Социально-этикетная сторона речи опирается на соблюдение правил и норм общения, принятых в данной коммуникативной сфере.

Ключевые слова и фразы: категоричность; парфюмерный дискурс; принцип вежливости; неконфликтное общение; коммуникативная тактика; коммуникативная сфера общения.

Маринченко Ирина Александровна, к. филол. н., доцент
Дальневосточный федеральный университет (филиал) в г. Уссурийске
irmarinchenko@yandex.ru

ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ УРОВНЯ КАТЕГОРИЧНОСТИ ВЫСКАЗЫВАНИЯ И ОЦЕНКИ В СОВРЕМЕННОМ ПАРФЮМЕРНОМ ДИСКУРСЕ

Изучение категоричности входит в сферу интересов семантики и прагматики. Категоричность связана «с догматичностью, безапелляционностью, чрезмерной уверенностью говорящего в своих знаниях, тогда