

*Татова Евгения Геннадьевна
студентка 2 курса магистратуры,
Северо-Кавказский Федеральный университет,
Россия, г. Ставрополь
e-mail: zhenyatatova@mail.ru*

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОПИСАНИЯ АРОМАТОВ В ПАРФЮМЕРНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

***Аннотация:** При изучении термина «аромат» и лексических средств его описания в парфюмерном интернет-дискурсе мы рассматриваем данный вопрос через призму языковой модели восприятия, которая частично представлена такими лексическими единицами, как «обонять», «видеть», «осознать», «слышать» и «ощущать вкус».*

Ключевые слова: Аромат, парфюмерный интернет-дискурс, лексика, одоронимы, запах, парфюмерные термины.

*Tatova Evgeniya Gennadievna.
2nd year master student
North Caucasus Federal University
Russia, Stavropol*

LEXICAL MEANS OF DESCRIBING AROMATS IN THE PERFUME INTERNET DISCOURSE

***Abstract:** When studying the term "fragrance" and the lexical means of its description in the perfume Internet discourse, we consider this issue through the prism of the linguistic model of perception, which is partially represented by such lexical units as "smell", "see", "touch", "hear" and "taste".*

Key words: Fragrance, perfume Internet discourse, vocabulary, odoronyms, smell, perfume terms.

Анализируя отзывы и комментарии на специализированных сайтах и форумах, было отмечено, что существует, так называемое, обонятельное лексико-семантическое пространство, включающее в свою структуру различные средства выразительности [1]. В данной работе исследуем некоторые из них. Итак, рассматривая метафорический аспект, мы выделяем лексемы, репрезентирующие категорию «аромат» (запах, вонь, излучает, ощущается, пахнет и другие). Отсюда говорим о следующих группах метафор:

1) Динамичные/статичные;

В данной группе описание аромата связано с передвижением или с неподвижностью в пространстве: «Классика. Цветы. *Идет* нежный аромат. Он будет уместен везде...» [2];

2) Образованные на основе сходства по весу, то есть имеющие вес и невесомые;

Здесь ароматы, либо обретают вес, либо, наоборот, не имеют его: «Аромат замечательный. Стойкий до умопомрачения. *Тяжелый* даже, но со временем рассеивается...» [2];

3) Образованные на основе сходства с водной характеристикой;

В данной группе метафор ароматы уподобляются воде: «В воздухе *разливается* красивый, яркий, глубокий, многогранный, насыщенный, элегантный, женственный аромат...» [2];

4) Образы живых существ, воздействующие на человека.

Аромат в данном случае имеет материальное выражение в образе какого-нибудь живого существа, которое может влиять на сознание: «Очень стойкий, приторно-кричащий, белоцветочность просто *вышибает*» [2];

5) Музыкальные;

В данном типе метафор аромат раскрывается подобно последовательному переходу одного звука к другому. Так, например, «Аромат с очень яркими *нотами*, насыщенный, требует умеренной и грамотной дозировки, придающий уверенности в себе, женственный, притягательный, отношу его в категорию цветочно-фруктовых. Но это не какой-то простенький компот, а аромат, раскрывающийся и *играющий* свою мелодию разными гранями на коже, очень стойкий и шлейфовый» [2];

6) Антропоморфные;

Аромат в данной группе обычно сравнивается с человеком, который совершает действия различного образа и рода, а также с личностью, способной выражать всю известную гамму эмоций: «На себе носить не могу, приятен, но *душит* аж до головокружения. А вот на маме обожаю – на ней *сидит* мягко,

тепло, уютно, такой аромат светлого образа Мадонны Литы, нежный, успокаивающий, бесконечно женственный», «Сколько не *пыталась с ним подружиться*, не получилось. Все хорошо, но жасмина слишком много» [2];

7) Предметные;

В данном случае аромат интерпретируется как некая вещь, имеющая некоторые характеристики (пространственные, осязательные): «Мне классика жадор как-то не *подошел*. Не сложилось у нас. А Жадор Абсолю наоборот. Такой *милый*, просто прелесть! Все, кто его на мне ощущает, отмечают, что на мне аромат *сидит* наиболее гармонично из всех ароматов что у меня есть...» [2];

8) Пространственные.

Такой вид метафоры олицетворяет своим содержанием субъективные впечатления от аромата (тактильные, визуальные и подобные), его характер довольно сложно классифицировать. Тогда главенствующую роль в описании запахов занимают пространственные ориентиры, например, море, дом, страна, лес: «Брызнулась и как будто очутилась дома, возле камина, воспоминания нахлынули» [2].

Кроме метафор, аромат описывается с помощью устойчивых образных характеристик, эпитетов, которые тоже можно разделить на группы:

1. Имеющие определенную оценочную характеристику (*простой, идеальный, элегантный, прекрасный, ужасный и так далее*);

«Моя любовь с первого вдоха. Для меня это *идеальный* аромат, в нем чувствуешь себя уверенно, обворожительно, элегантно. На мне он садится мягко, как облачко, никакой напористости, удушливости, наоборот, он как тонкая вуаль, нежная и прекрасная, чуть сладкая» [2];

2. Обладающие температурными характеристиками (*теплый, холодный, обжигающий, ледяной и тому подобное*);

«Приятный *теплый* аромат. Согревает душу и сердце. Хочется на море» [2];

3. Обладающие вкусовыми характеристиками (*горький, сладкий, кислый и так далее*);

«Захотела освежить воспоминания из детства, заказала все же флакон. Все же очень *приятный* аромат. Такие *персики сладкие* в амбре, плюс капля какой-то интересной терпкости. И совсем он не дешевый, достойный по качеству и по звучанию» [2];

4. Имеющие цветовые (*оранжевый, белый и так далее*) или световые (*светлый, яркий, блёклый и тому подобное*) признаки;

«Аромат новый, не в обиду фанатам, *блёлый*. Не вызвал былых чувств» [2];

5. Обозначающие сезонные или праздничные показатели (*осенний дождик, летний зной, весенний, новогодний и так далее*).

«Шикарный *осенне-зимний* парфюм. Женственный и чувственный, с хорошей стойкостью» [2].

Таким образом, анализируя лексические особенности описания ароматов, приходим к выводу, что любое обонятельное восприятие окружающего мира, которое мы исследуем в рамках различных парфюмерных интернет-форумов, вербализирует некоторые сложности в описании запахов, из-за этого увеличивается частота обращения к средствам выразительности. В связи с этим интернет-комментаторы отдают предпочтение преимущественно метафорам и эпитетам при вербализации аромата.

Список литературы:

1. Колупаева А.А. Концепт запах и способы его репрезентации в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2009. 206 с.

2. Ноты в духах. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://aromo.ru/notes/> (дата обращения: 22.06.2022 г.).