

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

ПОНЯТИЕ АРОМАТА В ПАРФЮМЕРНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

***Аннотация:** Восприятие мира через обоняние является одним из важнейших этапов человеческой деятельности в процессе познания окружающей действительности. При этом важно учитывать тот факт, что запах – это субъективный источник познания. Человек может различать сотни тысяч запахов, но, к сожалению, не существует подробной классификации ароматов, подобной, к примеру, цветовым перцепциям.*

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

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

THE CONCEPT OF FRAGRANCE IN THE PERFUME INTERNET DISCOURSE

***Abstract:** Perception of the world through the sense of smell is one of the most important stages of human activity in the process of cognition of the surrounding reality. At the same time, it is important to take into account the fact that smell is a subjective source of cognition. A person can distinguish hundreds of thousands of smells, but, unfortunately, there is no detailed classification of fragrances, such as, for example, color perceptions.*

Keywords: Fragrance, Internet discourse, perfume Internet discourse, odoronyms, smell, perfume terms.

Пытаясь объяснить запах, человек произвольно сравнивает его с чем-то, ищет подходящие средства выразительности языка, чтобы передать свою мысль. Таким образом, приходим к выводу, что формирование обонятельных значений зависит от психофизических механизмов человеческого сознания, которые

находятся в центре всех языковых явлений (к ним могут относиться метафоры, эпитеты, метонимии, сравнения и тому подобное).

Понятие аромата на специализированных сайтах и форумах классифицируется тремя основными определениями – «приятный аромат», «нейтральный аромат» и «неприятный аромат», лексическое содержание которых может быть репрезентировано в виде тематических блоков «восприятие нейтрального аромата», «восприятие приятного аромата» и «восприятие неприятного аромата». Рассмотрим это явление подробнее. Например, в предложении: «Интересная история – в коллекционное стекло заложена идея того, что красный цвет влияет на подсознание потребителя, заставляя его слышать *аромат* иначе. И да, такой *аромат* одинаковый...» [aromo.ru] при рассмотрении лексики языка, отмечается, что используется тематический блок – «восприятие нейтрального аромата», так как нет никаких экспрессивно-выразительных средств, подчеркивающих положительное или отрицательное отношение.

В другом комментарии находим блок «восприятие приятного аромата»: «Блок эмоций. Очень стильный и самодостаточный *аромат*. Одного пшика хватает до позднего вечера. Конечно, он манерный. Я его надеваю, и такое впечатление, что я на каблуках 12 см. Спинку прямо и лицо поспокойнее. Не любит он суету» [aromo.ru]. В данном комментарии для обозначения «приятного аромата» используются дополнительные языковые средства: метафоры: «блок эмоций» – много впечатлений, эпитеты «стильный», «самодостаточный» и другие средства выразительности.

Далее проанализируем семемы, включающие семы 'запах', 'аромат' и определим место названных сем в структуре лексического значения.

Итак, на сайте парфюмерной интернет-энциклопедии Aromo.ru встречаем следующие виды отзывов и комментариев: «*Интересный аромат, он свежий и яркий, но при этом имеется нехилая доля мягкости и нежности. Наиболее ощутимы мной здесь ноты апельсинового цвета, персика без излишней сладости и бергамота*» (aromo.ru). Перед нами субъективное восприятие запаха, который

передаётся с помощью имён прилагательных и существительных: нехилая, то есть сильная; ноты апельсинового цвета, то есть с ароматом апельсина и так далее. Данный пример можно отнести к блоку «приятный аромат».

«Аромат приятный довольно универсальный, многим понравится и подойдет, особенно если учесть его популярность. Для меня обычный цветочно-фруктовый запах, кисленький, мускусный. Для меня совершенно не наркотичный» (aromo.ru). Можно отнести к объективной оценке, так как выражает общее впечатление пользователей сайта: самый продаваемый продукт: если учесть его популярность, многим нравится, довольно универсальный; также присутствует субъективная оценка: для меня обычный, не наркотичный, то есть не вызывающий привыкания и желания в дальнейшем использовании данного аромата. Таким образом, пример отнесем к блоку «нейтральный аромат».

Исходя из вышесказанного, можно говорить о том, что понятие аромата в парфюмерном интернет-дискурсе отражает фрагмент объективной действительности, связанный в сознании говорящего с обонятельным восприятием и с проявлением ольфакторных (запаховых) свойств предметов. Например, продолжая работать с отзывами и комментариями сайта Aromo.ru, встречаем предложение: «Для меня тот запах приторно-сладкий, не соответствует заявленному запаху подснежников поздней зимой» [aromo.ru]. В данном примере видим субъективное восприятие запаха (как оно есть на самом деле) и коллективную оценку (как оно должно быть). Таким образом, можем сделать вывод, что понятие «аромат» в парфюмерном интернет-дискурсе состоит из двух основных подполей – перцептивного (подполе «восприятие аромата») и атрибутивного (подполе «аромат-свойство»).

Далее обратимся к понятию «аромат» как к парфюмерному термину, а именно к его определению в парфюмерном интернет-дискурсе: «Аромат (в общем значении) — приятный запах. Аромат (в частном случае) — синоним парфюмерной композиции, результат работы парфюмера, сложная смесь душистых веществ и растворителей, подчиняющаяся замыслу парфюмера, обладающая уникальными ольфакторными характеристиками» [aromo.ru].

Теперь, опираясь на данные толковых словарей, выявим семный состав ключевых слов, обозначающих средства описания ароматов:

1. **аромат** м. 1. Душистый, приятный **запах**. 2. перен. Неуловимый **отпечаток, признак, дух** чего-нибудь (Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов, с. 20).

2. **запах** I м. 1. Воспринимаемый обонянием **индивидуальный признак кого-чего-нибудь** 2. **Ощущение**, вызываемое таким восприятием (Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов, с. 259).

Итак, анализируемые лексемы содержат гиперсемы 'запах', 'отпечаток', 'дух', 'признак', 'ощущение' являющиеся основными классификаторами для понятия «аромат».

Необходимо отметить, что набор лексических ресурсов, репрезентирующих средства описания ароматов, может включать эксплицитные средства, то есть открыто выраженные (в семантике такой структуры обязательно присутствуют семы 'запах', 'аромат'), и имплицитные, то есть выраженные неявно (такие лексемы, которые выражают аромат не прямо, а через указания предметов, явлений, признаков и тому подобное). Например, «ноты апельсинового цвета, персика, без излишней сладости и бергамота», «нежный, хрустальный, покоряет» – имплицитные лексические ресурсы, так как лексемы выражают аромат через предметы и ассоциативные явления; «цветочно-фруктовый *аромат*, не наркотичный, кисленький, мускусный» [aromo.ru] – эксплицитные средства, так как в характеристике присутствует сема 'аромат'.

Далее, продолжая анализировать данные толковых словарей, а также отзывы и комментарии сайтов парфюмерной продукции, приходим к заключению, что сема 'аромат' может иметь различный статус в семной иерархии. Так, в комментарии «*благоухание после этих духов по всей квартире, запах такой душистый, а прошлая модель вызывает отвращение: какая-то вонь!*» [Lancome.ru] в семемах благоухание «приятный аромат»; вонь «дурной запах»; душистый «издающий сильный, приятный запах»; средства описания ароматов выступают как важнейшие элементы в организации лексического

значения слова и, как следствие, – в формировании лексико-семантических групп слов. Например, сема ‘запах’ представлена в некоторых значениях слов, которые объединяются в лексико-семантические группы: группы существительных, обозначающих аромат; группы глаголов восприятия запаха; группы глаголов проявления запаха; группы прилагательных, характеризующих запах.

Таким образом, в семемах большинства анализируемых слов представлена интегральная сема ‘запах’, выступающая как уточняющая, конкретизирующая в том или ином аспекте значение слова.

Исходя из приведенных выше примеров отзывов и комментариев, приходим к выводу, что сема ‘аромат’ обычно является комплексной, то есть сочетается с другими дифференциальными семемами (интенсивность, оценка, воздействие на человека, качество). Например, *«этот аромат имбирного печенья вызывает у меня воспоминания из детства...»* (Lancome.ru) – воздействие на человека, вызывает воспоминания.

Итак, понятие «аромата» в парфюмерном интернет-дискурсе достаточно широко, а семантика одоронимов, как правило, уточняется некими позициями интенсивности.

Список литературы:

1. Глущенко А.Н. Интернет-дискурс, его статус во Всемирной паутине и влияние на повседневную жизнь. // Молодой ученый. 2015. № 8 (86). С. 1107-1109.
2. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н.Ю. Шведова. М.: Наука, 2007. 1164 с.
3. Ноты в ароматах. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://aromo.ru/notes/> (дата обращения: 03.06.2022 г.).