

СПЕЦИФИКА И ФУНКЦИИ ТИПА ТЕКСТА «ПАРФЮМЕРНЫЙ ОБЗОР» В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Для цитирования: Степанов Е. С. Специфика и функции типа текста «парфюмерный обзор» в немецком и русском языках // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2024. Вып. 14. С. 396–417. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2024.121>

Исследование посвящено раскрытию специфики типа текста «парфюмерный обзор», являющегося конституентой парфюмерного дискурса. В качестве материала используется корпус посвященных парфюмерии онлайн-медiateкстов, созданных русско- и немецкоязычными авторами и опубликованных на портале «Fragrantica». Под парфюмерным обзором понимается заранее подготовленный текст, ведущая функция которого заключается в оценке парфюмерной композиции (эвалюативная функция). Помимо этого, в данном типе текста реализуется ряд дополнительных функций — аттрактивная (привлечение внимание читателя), фатическая (установка контакта с ним), информативная (информирование о качествах парфюма), ludическая (языковая игра) и эмоционально-экспрессивная (выражение личных эмоций рецензента). В статье предпринята попытка сконструировать прототипическую модель парфюмерного обзора. С этой целью при помощи методики композиционно-прагматического членения текста было выделено одиннадцать коммуникативно-смысловых блоков. Наиболее важными из них являются: блок ольфакторной характеристики, где описываются сенсорно-технические параметры парфюма; ассоциативный блок, в котором представлены личные впечатления рецензента и эвоцируемые ароматом образы; а также заключение, отражающее обобщенную оценку парфюмерного произведения. Эти блоки вместе с рамочными элементами (заглавие, коммуникативная ситуация, вступление) образуют прототипическую модель данного типа текста. Обособленно располагается мультимодальный блок, который дополняет повествование эксперта и позволяет более полно выразить его впечатления. Установлено, что лингвокультурная специфика парфюмерного обзора проявляется в неравномерном распределении авторских оценок на положительном и отрицательном полюсах: немецкоязычные эксперты склонны чаще выражать смешанные и негативные оценки, в отличие от русскоязычных, среди которых доминируют положительные оценочные значения. Прочие особенности этого типа текста обусловлены спецификой индивидуального авторского стиля: некоторые рецензенты уходят от учета коммерческой составляющей при обзоре аромата и акцентируют личные ощущения, ассоциации и образы, другие же рассматривают парфюмерную композицию скорее как коммерческий продукт, принимая во внимание его стоимость, дизайн и технические характеристики.

Ключевые слова: парфюмерный обзор, парфюмерный дискурс, одорический код, концепт «запах», ольфакторная метафора, типология текстов, коммуникативно-смысловые блоки.

TEXT TYPE *PERFUME REVIEW* IN GERMAN AND RUSSIAN: SPECIFICS AND FUNCTIONS

For citation: Stepanov E. S. Text type *perfume review* in German and Russian: Specifics and functions. *German Philology in St. Petersburg State University*, 2024, iss. 14, pp. 396–417. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2024.121> (In Russian)

The study reveals the specifics of the text type “perfume review”, a constituent of perfume discourse, and uses a corpus of online media texts devoted to perfumery, published by Russian- and German-speaking authors on the *Fragrantica* portal. A perfume review is a prepared text which aims at evaluating a perfume composition. This text type also realises additional functions: attractive, phatic, informative, ludic and emotional-expressive. The article attempts to construct a prototypical model of a perfume review. For this purpose, the methodology of compositional and pragmatic text partition was used, and eleven communicative-semantic blocks were identified. The most important of them are the olfactory characteristic block, which describes the sensory and technical parameters of the perfume, the associative block, which represents the reviewer’s personal impressions and images evoked by the fragrance, and the conclusion, which reflects a generalised evaluation. These blocks and framework elements (title, communicative situation, introduction) form the prototypical model of this text type. The multimodal block, which complements the expert’s narration and allows to fully express his impressions, is located separately. The linguocultural specificity of the perfume review is manifested in the uneven distribution of the author’s evaluations on the positive and negative poles: German-speaking experts tend to express mixed and negative evaluations, unlike Russian-speaking experts, where positive evaluations dominate. Individual author’s style defines other peculiarities of this texts: some reviewers avoid taking into account the commercial component when reviewing a fragrance and emphasise personal feelings and associations, while others consider a perfume composition like a commercial product, taking into account its cost, design and technical characteristics.

Keywords: perfume review, perfume discourse, odoric code, concept of smell, olfactory metaphor, typology of texts, communicative-semantic blocks.

1. Тип текста *парфюмерный обзор* и его статус в рамках парфюмерного дискурса

Хорошо известно, что любая коммуникация происходит при определенных условиях, обладающих стабильным, специфичным для них набором признаков и поддающихся, как следствие, типизации. С течением времени речевые и коммуникативные формулы, свойственные однотипным повторяющимся ситуациям, становятся устойчивыми и приобретают форму ритуала. Для обозначения

таких характерных однотипных форм коммуникации в современной лингвистике используется понятие «**тип текста**».

Концепция организации всего текстового массива на основе типов, к которым относятся отдельные тексты, имеет давнюю традицию. Отметим, что у истоков изучения типологии текстов стоят В.Г.Адмони, который выделял сакральные, утилитарные, художественные тексты и тексты массовой коммуникации [Адмони 1994], а также Б.Сандиг, которая использовала разнопорядковые критерии при составлении своей многоаспектной типологии [Sandig 1972]. На данный момент эта типология считается одной из наиболее комплексных. Зандиг выделяет 20 параметров, представляющих собой оппозиции и позволяющих отделить один тип текста от другого.

Путем комбинации этих параметров можно составлять текстовые модели на основе различных особенностей на лингвистическом и экстралингвистическом уровнях. К ним относятся: материальная манифестация текста, подготовленность акта коммуникации, количество участников коммуникации (монолог или диалог), вид контакта, характерные черты начала, середины и конца текста, предварительная фиксация темы, использование средств языковой экономии и избыточности и некоторые другие.

К. А. Филиппов понимает под типом текста «форму текста, в которой реализуется коммуникативное намерение говорящего и которая строится по определенным правилам и нормам» [Филиппов 2003]. На современном этапе лингвистических исследований тип текста, по мнению Х.Грубера, можно определить как *Bündel von situativen und sprachlichen Merkmalen, welche in ihrer Einheit eine Konvention herausbilden* [Gruber 2011] — «набор ситуативных и языковых особенностей, которые в своем единстве образуют устойчивое соединение правил формирования текстов» (здесь и далее перевод цитат из немецких источников мой. — Е. С.).

Опираясь на подходы вышеперечисленных исследователей к составлению типологии текстов, можем заключить, что являющийся основным объектом настоящего исследования **парфюмерный обзор** — это, как правило, письменный заранее подготовленный монологический текст. Он не требует временного, пространственного и акустического контакта, в его структуре могут использоваться характерные формулы начала и конца текста. Повествование в данном типе текста ведется преимущественно от лица рецензента или в безличной форме.

Реализация данного типа текста осуществляется в рамках **парфюмерного дискурса**. Первые исследования, посвященные изучению парфюмерного дискурса, приходится на 2010-е гг., когда стали появляться работы, критически осмысляющие это понятие. Так, Ф.Л.Косицкая, используя широкое понятие дискурса применительно к французскому языку, заключает, что парфюмерный дискурс не равен простой сумме его компонентов — отдельных текстов, и при анализе понятия учитывает в том числе экстралингвистические факторы [Косицкая 2016: 72]. Опираясь на ее наработки и несколько модифицируя их, под парфюмерным дискурсом мы будем понимать *отдельный тип социокоммуникативной практики, в рамках которой осуществляются разработка, производство, продвижение и оценка коммерческих парфюмерных композиций*.

Косицкая называет парфюмерный дискурс **гибридным** дискурсом, подразумевая под этим понятием тот факт, что зачастую в парфюмерном дискурсе можно встретить включения из других дискурсов: художественного, исторического, музыкального, кулинарного и др. Кроме того, данный тип дискурса является **мульти-модальным**, т.е. включает в свои тексты мультимедийные элементы: фото, аудио и/или видео.

Т.И.Бельская называет парфюмерный дискурс **проективным** дискурсом, т.е. таким, который базируется на ином, первоначальном дискурсе, перенимает некоторые его элементы, но при этом обладает и своей особенной спецификой [Бельская 2010: 7]. В случае с выбранным нами типом текста парфюмерный дискурс основан на медиадискурсе.

2. Композиционно-прагматическая структура парфюмерного обзора

Ярким примером реализации парфюмерного онлайн-дискурса является портал «Fragrantica», к которому мы обратились для составления корпуса эмпирического материала. Этот сервис представляет собой комплексный онлайн-ресурс, журнал и сообщество, посвященное миру ароматов. Сайт информирует аудиторию о последних парфюмерных релизах, знаменитых ароматах и новых ароматических открытиях. На сайте портала представлена развернутая информация о задачах, ценностях и принципах сообщества:

Как независимое издание со штаб-квартирой в Соединенных Штатах, *Fragrantica* доступна на нескольких языках и радушно приветствует любителей ароматов со всего мира. Делитесь своими впечатлениями, расширяйте свои знания благодаря нашим статьям и участвуйте в оживленных обсуждениях на наших форумах. Мы создаем уважительную и инклюзивную среду, в которой каждый может поделиться своей страстью к ароматам.

Наш разнообразный коллектив из более чем 45 активных участников и авторов охватывает 29 стран, и *Fragrantica* издается на 18 языках, что обеспечивает глобальную перспективу на очаровательный мир парфюмерии [Редакция *Fragrantica*].

Важной составляющей этой платформы являются парфюмерные обзоры, периодически публикуемые постоянными обозревателями. Эти обзоры представляют значительный интерес с точки зрения лингвокультурологии и прагмалингвистики, что обуславливает их выбор в качестве предмета настоящего исследования.

Для анализа был составлен корпус, состоящий из семи обзоров на русском языке, авторами которых выступили С. Борисов и Е. Прокофьева, и семи немецкоязычных обзоров за авторством Шт. Йен. Уже при формировании корпуса удалось отметить, что на структуру, содержание и языковой состав парфюмерного обзора значительно сильнее влияют индивидуальный стиль и подход автора, нежели межкультурные различия. Это проявляется даже при сравнении объемов проанализированных текстов: в то время как у Йен и Борисова средний объем обзора примерно одинаковый (2,4 и 2,3 страницы), у Прокофьевой он существенно выше (3,5 страницы).

Для выявления специфики парфюмерного обзора как типа текста требуется произвести его «композиционно-прагматическое деление» [Чернявская 2006: 68] с учетом поверхностной структуры и экстралингвистических когнитивно-прагматических особенностей. Принимая вслед за С. Т. Нефедовым во внимание, что в структуре каждого композиционного раздела необходимо учитывать как его функцию и лексико-грамматические маркеры, так и смысловое наполнение [Нефедов 2013: 198], мы будем называть такие композиционные части **коммуникативно-смысловыми блоками (КСБ)**.

Основываясь на идеях Нефедова и модифицировав их соответствующим образом с учетом специфики нашего корпуса, мы выделили следующие коммуникативно-смысловые блоки (здесь и далее они приводятся в том порядке, в каком обычно встречаются в тексте

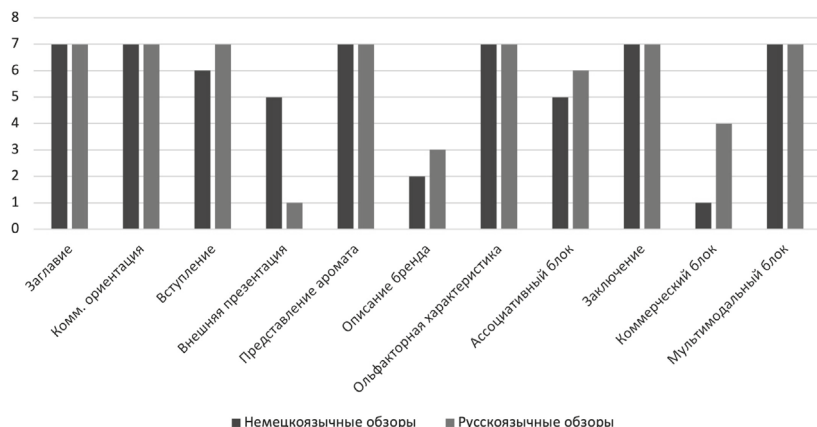


Рис. 1. Структура обзоров в немецко- и русскоязычном парфюмерных дискурсах

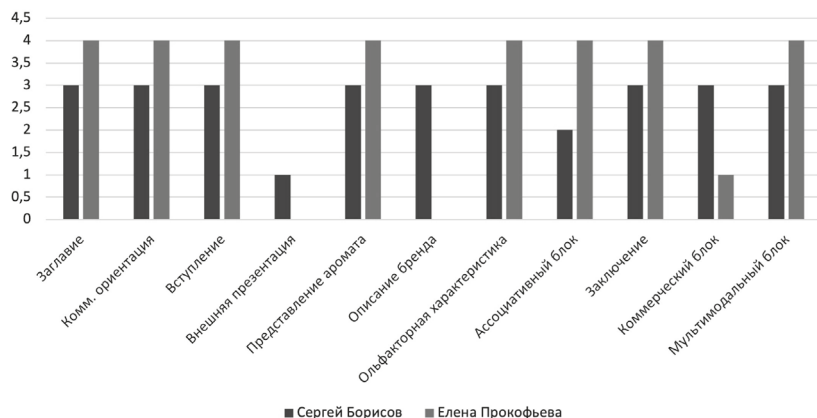


Рис. 2. Распределение КСБ в парфюмерных обзорах на русском языке

парфюмерного обзора): 1) заглавие, 2) блок коммуникативной ориентации, 3) вступление, 4) внешняя презентация парфюмерной композиции, 5) представление парфюмерной композиции, 6) описание бренда, 7) ольфакторная характеристика, 8) ассоциативный блок, 9) заключение, 10) коммерческий блок, 11) мультимодальный блок.

Сравнительный обзор композиционной структуры обзоров на немецком и русском языках представлен на рис. 1. Рисунок содер-

жит указание на количество обзоров, в которых встречается конкретный блок.

Статистика демонстрирует, что в дискурсах на обоих языках состав основных КСБ примерно одинаков, различия же проявляются ярче всего в отношении КСБ «внешняя презентация» и «коммерческий блок» и могут объясняться скорее особенностями индивидуального стиля авторов, а не лингвокультурной спецификой, что доказывается рис. 2, на котором представлено распределение КСБ в обзорах, составленных русскоязычными авторами, и приводится статистика по количеству задействованных в обзорах КСБ.

Обобщая, отметим, что Йен зачастую добавляет в свои обзоры КСБ «внешняя презентация», Борисов — «коммерческий блок», а Прокофьева больше концентрируется на характеристике парфюмерной композиции и ассоциациях, связанных с ней.

3. Коммуникативно-смысловые блоки парфюмерного обзора и их функции

Перед обзором отдельных КСБ следует обратить внимание на то, что основополагающая функция парфюмерного обзора, как и любого другого, — **эвалюативная**; иными словами, рецензент дает обоснованную оценку представленному на обзор произведению того или иного рода. Конечно, парфюмерия — область крайне субъективная, и оценки здесь базируются преимущественно не на рациональных, а на эмоциональных критериях (подробнее о рациональных и эмоциональных оценках см. [Степанов 2023: 123]). Рецензенты дают заключение о парфюме, ориентируясь практически исключительно на личные впечатления (подробнее об этом см. п. 3.10). В этом выражается оценочный компонент концепта «запах» [Косогорова, Наместникова 2020: 206].

Далее кратко охарактеризуем вычлененные КСБ, фокусируясь на особенностях их семантического наполнения, лексических и функциональных характеристик.

3.1. Заглавие

Заглавие — первый текстовый элемент, на который падает взор потенциального читателя, в связи с чем ему отводится одна из важнейших функций — **аттрактивная** [Симановская 2013: 162]. Ис-

следование корпуса показало, что заглавие в парфюмерном обзоре обязательно содержит два элемента — **одороним**, под которым мы понимаем имя собственное, представляющее собой название брэнда и/или парфюмерной композиции, и компактную, но броскую ассоциацию, которую можно назвать визитной карточкой парфюма, в форме словосочетания:

- (1) *Vanille Benjoin Affinessence: тайная ваниль становится явной* [Борисов Vanille].
- (2) *Gossip Night Gritti: десерт в стиле Belle Epoque* [Прокофьева Gossip].
- (3) *Chantecaille Darby Rose (2019) — Rosen Rolls Royce oder rosa Tretroller?* (Chantecaille Darby Rose (2019) — «Роллс-Ройс» среди роз или розовый самокат?) [Jähn Chantecaille].

В представленных примерах заглавие содержит разнообразные лексико-стилистические средства, призванные заинтересовать или заинтриговать читателя. Аллюзия на пословицу *все тайное становится явным* в (1) добавляет образности заглавию и служит выполнению **эмоционально-экспрессивной** функции; в (2) содержится отсылка к историко-культурному периоду и одновременно указание на парфюмерное семейство (гурманские ароматы); а заглавие (3) обретает образность благодаря ономатистической метафоре «*Роллс-Ройс*» *среди роз* и постановке вопроса о статусе аромата, ответ на который читатель сможет узнать, лишь ознакомившись с полной статьей. Благодаря таким вопросам также реализуется **людическая** функция: читателю предлагается поразмышлять вместе с автором на тему звучания аромата, узнать позицию рецензента и высказать свое мнение в комментариях.

3.2. Блок коммуникативной ориентации

Блок **коммуникативной ориентации** (термин взят из [Нефедов 2013: 199]) призван познакомить читателя с рецензентом, составившим обзор, и сообщить ему информацию о дате публикации, представленной в формате мм/дд/гггг чч:мм:сс, а также о количестве оставленных к публикации комментариев.

Поскольку личность эксперта-рецензента, как было указано выше, играет значительную роль при составлении обзора, процитируем официальные персоналии, размещенные на портале «Fragrantica»:

Сергей Борисов — физик по образованию, закончил Красноярский гос. университет. Он начал писать о парфюмерии под ником moon_fish более 15 лет назад. Тексты Сергея об ароматах публиковались в GQ, Vogue, Cosmopolitan, The Rake, Glamour. Любимые ароматы — масло уда, винтажные ароматы, ароматы с нотами кожи, ветивера, нероли и орриса. С 2013 года Сергей работает в команде Фрагрантики [Все материалы автора Sergey Borisov].

Елена Прокофьева родилась в Москве, окончила ВГИК и филологический факультет МГУ. Елена — автор нескольких книг (некоторые из них написала под псевдонимом Елена Клемм), ее любимая тема — биографии. Она увлекается историей, готическими новеллами, жанром «хоррор», любит посещать старинные кладбища и старые поместья, любит Петербург, Каркасон, Блуа, Сиену, Толедо и Чески-Крумлов. Елена с детства любила ароматы и собрала внушительную их коллекцию [Все материалы автора Elena Prokofeva]. Штефани Йен с 2014 года пишет, переводит и редактирует статьи для Fragrantica. Хотя исконной областью ее деятельности и является IT, Штефани с раннего детства проявляла большой интерес к парфюмерии. Если она не уткнулась сейчас носом в какой-нибудь из флаконов, ищите ее прогуливающейся со своей собакой где-нибудь в лесах Германии [Artikel von Autor Stefanie Jähn].

Данная информация дает краткое представление о бэкграунде автора и помогает раскрыть специфику его стиля.

3.3. Вступление

Вступление выполняет роль затакта к основной части обзора, выполняет **фатическую** функцию и реализуется, согласно результатам исследования корпуса, по одной из двух моделей:

А. Автор может изложить предысторию появления нового аромата, повествуя о предшественниках из линейки того же бренда или о иных представителях этого парфюмерного направления. В этом случае доминантой вступления также будут одоронимы:

- (4) 2014 erschien *Narciso Eau de Parfum* im schlichten, weißen Flakon und bestach durch den Kontrast zwischen typisch männlich und typisch weiblich assoziierten Duftnoten (Zeder vs Gardenie), die sich in einer Pufferzone aus weichem Moschus und etwas Vetiver trafen. *Narciso Poudrée* soll nun die Geschichte von Sinnlichkeit und Verführung fortsetzen, die 2014 mit *Narciso Eau de Parfum* begonnen wurde. —

«**Narciso Eau de Parfum** был выпущен в 2014 году в простом белом флаконе и выделялся благодаря контрасту между типично мужскими и типично женскими нотами (кедр vs гардения), которые встречались в буферной зоне из мягкого мускуса и капельки ветивера. **Narciso Poudrée** призван продолжить историю чувственности и соблазна, начатую в 2014 году с **Narciso Eau de Parfum**» [Jähn Narciso Rodriguez Narciso Poudrée].

Б. Либо же автор может сосредоточиться на представлении и истории использования основного компонента, вокруг которого строится парфюмерная композиция. С лингвистической точки зрения речь идет о классе **одорем** — имен нарицательных, репрезентирующих концепт «запах» в парфюмерном дискурсе:

- (5) *Она такая пышная и нежная, эта **роза**, что ее невозможно представить иначе, чем розовой и в тот самый день, когда она достигла полного расцвета... В ее аромате столько **меда**, горьковатого дикого **меда**, что иногда непонятно: это **роза** так пахнет **медом** — или **мед** пропитался ароматом **роз**? **Роза** или **мед** — что главное в AL Kimiya Royal Crown?* [Прокофьева AL Kimiya].

Кроме того, как показывает текстовое извлечение (5), во введении также может быть реализована **людическая** функция.

3.4. Презентация внешнего оформления композиции

Блок, в котором содержится **презентация внешнего оформления композиции**, свойственен почти исключительно обзорам на немецком языке и обычно указывает на ассоциативную связь между флаконом и его содержимым:

- (6) *30 ml Eau de Toilette befinden sich in einem flachen runden Flakon, der einen sonnigen Farbverlauf von transparentem Gelb zu karottigem Orange zeigt. So weit, so sonnig.* — «Туалетная вода объемом 30 мл выпускается в плоском круглом флаконе с солнечным цветовым градиентом от прозрачно-желтого до морковно-оранжевого. Как широкий солнечный диск» [Jähn Safer Sun].

Как показывает корпус, в этом КСБ представлена лексика, расположенная на периферии концепта «запах»: *Flakon* ‘флакон’, *Flasche* ‘флакон’, *Glaszylinder* ‘цилиндрический флакон из стекла’, *Etikett* ‘этикетка’, *Verpackung* ‘упаковка’, *Kartonage* ‘картонная коробка’

и атрибуты к ним, например, *hübsch* ‘симпатичный’, *elegant* ‘элегантный’ и др. В обзорах на русском языке этот КСБ встретился лишь однажды:

- (7) Прямоугольный флакон, черная коробка аромата украшена золотой полосой, символизируя неброскую роскошь. Схематичный цветочно-лиственный орнамент намекает на то, что аромат женский. Где же шок? И я начал его искать [Борисов Shocking You].

Описание флакона в случае (7) необходимо для обсуждения вопроса, подходит ли довольно скромная упаковка композиции с кричащим названием Shocking You.

3.5. Представление парфюмерной композиции

В **представлении** впервые в основном тексте обзора вводится название парфюмерной композиции, представленной на обзор, и дается ее общая краткая характеристика. Типичными лексическими средствами в этом КСБ являются глаголы *выпускать* (парфюм) — *auf den Markt bringen, herausbringen, raus haben, появляться, быть созданным, ankündigen* (аннонсировать), а также существительные *новинка, герой (обзора)* — *Protagonist* и прилагательное *новый* — *neu, neust*:

- (8) Аромат **появился** в 2014 году и **создан** парижским парфюмером Анн-Софи Беагель (FLAIR Paris) под руководством Стефании Скуэли, хозяйки бренда. Казалось бы, он простой и базовый, не аромат, а запах уютного дома, запах шарфика, на котором остались следы каких-то приятных восточных ароматов за несколько недель [Борисов Vanille].

В немецкоязычных обзорах частотны модальные глаголы *sollen* и *wollen*, которые вводят рассказ о задумке создателя парфюмерной композиции:

- (9) Nun **will** der neuste Gucci Duft namens Memoire D'Une Odeur als „universeller Duft“ einen Schritt weiter gehen und sich weder Geschlecht noch Tageszeit zuordnen lassen. — «Новый аромат Gucci под названием Memoire D'Une Odeur **призван** сделать еще один шаг вперед, став “универсальным ароматом”, который не будет зависеть от пола или времени суток» [Jähn Gucci].

3.6. Описание бренда

КСБ «описание бренда» оформлен в виде цитаты из официальной коммуникации бренда и снабжен припиской *описание бренда* либо же указанием на конкретного автора цитаты:

- (10) «Аромат гадания и тарологии. Le Mat, Шут, Дурак и Подмастерье. Случайность, загадка и движение. Конец и начало. Карта 0 и XXII. Мощная икона Старших Арканов, карт символов и чисел, предвещающих будущее и судьбу. Мы должны перевернуть карты и принять судьбу, идти вперед к новому будущему, жизни и любви. У нас может не быть всех инструментов для выживания, но у нас есть надежда и неповиновение», — описание бренда [Борисов Le Mat Menditorosa].
- (11) «*Fleur Musc ist das Resultat meines Wunsches einen Duft mit einem Moschuserz zu erschaffen, das mit einer warmen rosa Blume zu einer einzigartigen rosa Komposition verschmilzt. Fleur Musc repräsentiert mutige und leidenschaftliche Weiblichkeit. Dies ist ein Duft, der Charme und Anmut verströmt.*» — Narciso Rodriguez. — «“Fleur Musc — это результат моего желания создать аромат с мускусным сердцем, которое сочетается с теплым розовым цветком, создавая уникальную розовую композицию. Fleur Musc олицетворяет смелую и страстную женственность. Это аромат, который излучает очарование и грацию”. — Нарцисо Родригес» [Jähn Narciso Rodriguez for her].

Как видно из примеров (10) и (11), в описании бренда используется маркетинговый прием сторителлинга, при помощи которого бренд создает вокруг своего произведения историю, призванную найти отклик у потенциального потребителя. В целом данный КСБ встречается относительно редко и служит основой для сравнения идеи, вложенной в парфюм производителем, и реальных впечатлений рецензентов. Иногда он дополняется коммерческой пирамидой композиции, которую рецензент добавляет из официального пресс-релиза и которая содержит названия ингредиентов парфюмерной композиции, с лингвистической точки зрения представляющие собой одоремы.

3.7. Ольфакторная характеристика

Как следует из названия данного блока, здесь представлена всесторонняя **ольфакторная характеристика** парфюмерной композиции по разнообразным параметрам, среди которых: ольфакторное

семейство, направление звучания, основные ноты и технические характеристики, такие как стойкость, шлейф, раскрытие и т. д. Лексической доминантой этого КСБ, конечно, являются одоремы различной семантической наполненности:

а) лексика, представляющая собой центр семантического поля концепта «запах» и выражающая непосредственно сам денотат этого концепта: *аромат, запах, духи, парфюм* — *Duft, Aroma, Geruch, Parfum*;

б) номинация основных составляющих парфюмерной композиции. Многие термины в этой группе заимствованы из сферы музыки: отдельные оттенки звучания обозначаются термином *ноты* — *Noten*, которые, в свою очередь, складываются в целые парфюмерные *аккорды* — *Akkorde*, образуя законченную *композицию* — *Komposition*;

в) номинация парфюмерных семейств и направлений: *фужер* — *Fougère*, *одеколон* — *Kölnisch Wasser*;

г) номинация компонентов, из которых складывается композиция: *гелиотропин* — *Heliotropin*, *ваниль* — *Vanille*, *розовый перец* — *rosa Pfeffer*.

Сенсорно-техническое описание аромата преимущественно реализуется на базе синестетического переноса из других сфер, доступных чувственному опыту человека. Такая характеристика основана на синестезии, которая эксплицирует связь обоняния с другими органами чувств человека [Harrison, Simon 1996: 5]. Лексика в этом случае заимствуется из других областей чувственного восприятия [Rindisbacher 2015]. В собранном корпусе преобладают синестезии, основанные на переносе из сферы зрения и выражающие пространственные параметры: объем (*объемный* — *voluminös*), глубина (*поверхностный* — *oberflächlich*), скорость (*медленно текущий* — *langsam fließend*) и др.

На примере текстового извлечения (12) мы видим, насколько данный КСБ насыщен лексикой, выражающей концепт «запах»: здесь, в частности, представлены одоронимы (*Fanfarone Italiano*, *Caravansérail Intense*), одоремы (*парфюм, ноты, фон*) и характеристика по разнообразным параметрам (ольфакторное направление: *кофейно-шоколадный, зеленый*; яркость: *яркий*; температура: *горячий*; гендерная принадлежность: *мужской*):

(12) **Яркий и горячий кофейно-шоколадный всплеск первых нот** слов-
но бы **растекается по зеленому фону: листва и трава, стволы**

и мхи, зеленый сок, зеленый шелест... Свежие ноты так сильны, что напоминают мужской парфюм — в этом Fanfarone Italiano тоже схож с Caravansérail Intense [Прокофьева Fanfarone].

Схожую высокую лексико-семантическую плотность демонстрируют и обзоры на немецком языке. В примере (13), помимо центральных выражений концепта «запах» (*Aroma*, *Note*), присутствуют синестезии, основанные и на цветовом восприятии (*orange*, *grün*), и на вкусовом (*süß*), и на осязательном (*pudrig*, *cremig*):

- (13) *Frisch aufgesprüht geht es so orange auch weiter mit einem pudrig-blumigen, süßen Zitrusaroma, in dem etwas herbes Grün mit-schwingt. Erfrischend empfinde ich das nicht, dafür anheimelnd und warm, dem Grün zum Trotz. Eine leicht holzige Ambernote kommt dazu und wird dann zügig von cremigem Vanilleschmelz ergänzt.* — «Старт при распылении ощущается как **оранжевый цвет**, который далее дополняется **пудрово-цветочными, сладкими цитрусовыми оттенками** с каплей **терпкой зелени**. Я ощущаю его **не освежающим**, а **уютным и теплым**, несмотря на **зелень**. Далее добавляется **легкая древесно-амбровая нота**, которая затем быстро дополняется **подтаявшим сливочно-ванильным кремом**» [Jähn Safer Sun].

Все это обилие средств призвано создать у читателя наиболее полное представление об аромате при помощи лексических средств, следовательно, этот блок выполняет **информативную** функцию.

3.8. Ассоциативный блок

В **ассоциативном блоке** воплощается лингвокультурная составляющая концепта «запах» [Косогорова, Наместникова 2020: 206], которая, на наш взгляд, играет одну из главных ролей в парфюмерном обзоре. В этом КСБ рецензент делится своими личными ассоциациями и образами, которые пробуждает в нем парфюмерная композиция. С точки зрения лингвистики эти ассоциации являются **ольфакторными метафорами**, позволяющими переосмыслить аромат через систему координат другого понятийного поля [Трофимова 2018: 328].

Текстовое извлечение (14) содержит сравнение аромата на основе его «жесткого» звучания с зимним шарфом или щетинистой щекой отца автора обзора. Кроме того, в нем подчеркивается спо-

собность парфюмерной композиции мысленно переносить человека в иной временной период, в частности в детство:

- (14) *Smoking Hot пробуждает у меня много детских ощущений. Он словно бы предлагает хотя бы на время сбросить с души броню, выкованную из разочарований и опыта, и снова почувствовать себя маленькой, нежной, уязвимой, но защищенной. Надежно защищенной. И его жесткость ощущается, как <...> [любимый зимний] шарф [моего отца]. Или как щека отца, на которой к вечеру начинает пробиваться щетина и к которой так приятно было прижиматься лбом, рассказывая обо всем произошедшем за день. Сейчас я рассказываю папе уже не обо всем, да и взять на руки он меня не может* [Прокофьева Smoking Hot].

В примере (15) автор рассказывает о том, что рецензируемый аромат благодаря своему пудровому звучанию ассоциируется для нее с кашемировым свитером и хлопковым постельным бельем:

- (15) *Poudrée ist der frisch gewaschene Kaschmirpulli, dem noch der Rest sündhaft teuren Wollwaschmittels anhaftet..., Poudrée ist die ägyptische Baumwollbettwäsche, die sich kühl an die Haut schmiegt und auch ein bisschen der antike Wäscheschrank mit Zederndekor. — «Poudrée — это свежевystиранный кашемировый джемпер, на котором еще остались следы непозволительно дорогого порошка для шерсти... Poudrée — это постельное белье из египетского хлопка, от прикосновения к которому становится приятно прохладно, а также немного — старинный бельевой шкаф с декором из кедра»* [Jähn Narciso Rodriguez Narciso Poudrée].

Насыщенность этого КСБ стилистическими приемами, метафорами, ассоциациями и образами свидетельствует о его эмоционально-экспрессивной функции.

3.9. Заключение

В заключении рецензент подводит итоги обзора, еще раз суммируя и обобщая свои впечатления от аромата, из которых можно вывести обобщенную оценку парфюмерной композиции. Необычным является тот факт, что здесь прослеживаются те же лингвокультурные тенденции, что и в нашем исследовании оценки в немецко- и русскоязычных рецензиях по социологии [Степанов 2023: 121–122]: генерализованная оценка композиции стремится к край-

не положительной во всех проанализированных парфюмерных обзорах на русском языке, в то время как на немецком — оценка в основном смешанная, при этом встречаются и негативные заключения.

Вынесение вердикта в примере (16) сопровождается эмоциональными оценками *отличный* и *прекрасный*, а также выражением благодарности при помощи лексики *спасибо*:

- (16) *Smoking Hot* — еще один **отличный** аромат *By Kilian: спасибо за прекрасную работу, Маттье Харден!* [Прокофьева *Smoking Hot*].

В примере (17) рецензент менее благосклонен в своей оценке:

- (17) *Initial macht Nivea Sun wirklich Laune. Man summt: „Like Ice in the Sunshine, I’m melting away on a sunny day.“ Und ja, Nivea Sun macht Lust auf Sommer. <...> Auf Dauer geht es Nivea Sundann aber wie der realen Sommerhitze: Verkünden deutsche Medien zu Beginn des Sommers zunächst in orgiastischer Euphorie Hitzerekorde, ist der Drops nach drei Tagen gelutscht und die Hitze nervt... So wird man auch Sun schnell überdrüssig.* — «Поначалу Nivea Sun действительно **поднимает настроение**. Хочется напевать: “Like Ice in the Sunshine, I’m melting away on a sunny day”. И да, Nivea Sun заставляет **хотеть лета**... Однако на перспективу Nivea Sun становится подобен настоящей летней жаре: если в начале лета немецкие СМИ в безудержной эйфории объявляют о рекордах жары, то дня через три все этим наедаются, и жара начинает **действовать на нервы**... Так же быстро начинаешь **уставать** и от Sun» [Jähn *Safer Sun*].

Здесь проявляются смешанные впечатления от композиции, которая вначале вызывает восторг, но потом быстро приедается.

3.10. Коммерческий блок

В **коммерческом блоке**, который регулярно используется в обзорах лишь одного из трех рассмотренных экспертов, приводится информация о стоимости и объемах парфюма, а также о том, где его можно приобрести:

- (18) *Аромат Vanille Benjoin Affinessence доступен на официальном сайте бренда и у дистрибьюторов в концентрации Eau de Parfum, во флаконах объемом 50 и 100 мл по цене 179 и 279 евро соответственно* [Борисов *Vanille*].

Представляется, что этот КСБ выполняет функцию информирования потенциального покупателя об условиях приобретения аромата.

3.11. Мультимодальный блок

Под **мультимодальным блоком** мы понимаем все то разнообразие аудиовизуальных элементов, которые сопровождают медиатекст парфюмерного обзора, — изображения из официальной коммуникации бренда, личные фотографии рецензента и используемые им в соответствии с авторским правом видеоролики и даже аудиофайлы. Взаимодействие этих элементов и основного текста призвано дополнить представление читателя об аромате и донести до него основную идею обзора. Нельзя забывать и о том, что в современном медиадискурсе иллюстрации становятся самостоятельным блоком и, помимо **иллюстративной**, выполняют и информативную функцию [Mast 2012: 73].

К тому же аудиовизуальные ассоциации эксперта-рецензента могут не совпадать с образом, транслируемым в официальной коммуникации. Для демонстрации этого тезиса обратимся к медиальной составляющей статьи *Le Mat Mendittorosa: скоро осень...*, для которой автор использовал тематическое осеннее оформление (рис. 3).



Рис. 3. Мультимодальное оформление обзора *Le Mat Mendittorosa: скоро осень...* (оригинальные изображения: © Fragram — Gemstone, OvidiuH, Skylareve; цит. по [Борисов *Le Mat Mendittorosa*])

Как мы видим, автор подобрал совершенно другие образцы для иллюстрации своих впечатлений от парфюма, нежели те, которые предлагает сам бренд (см. пример (10)).

4. Вместо заключения: прототипическая модель парфюмерного обзора

В результате исследования благодаря количественно-качественной интерпретации собранного материала нам удалось сконструировать **прототипическую модель** парфюмерного обзора, основанную не только на обязательном включении того или иного КСБ в структуру обзора, но и на его семантико-прагматическом весе в этой структуре. По нашему заключению, такая модель применительно к типу текста *парфюмерный обзор* складывается из восьми блоков. Обязательными рамочными элементами являются *заглавие*, *коммуникативная ситуация* и *мультимодальный блок*. Во *вступлении* рецензент создает мостик к *представлению* самого аромата, его подробный обзор представлен в КСБ *ольфакторная характеристика*. В *ассоциативном блоке* автор излагает личные впечатления и ассоциации, а в *заключении* дает финальную оценку композиции.

Лингвокультурная специфика парфюмерных обзоров проявляется в склонности русскоязычных авторов к обобщенным положительным оценкам, а немецкоязычных — к смешанным и даже негативным. Иные отличия при анализе обзоров объясняются индивидуальным стилем авторов: если одни предпочитают более коммерческий подход к обзору ароматов, фокусируясь на внешней презентации, стоимости и технических характеристиках, то другие уделяют больше внимания своим ощущениям и ассоциациям и задействуют больше художественных описаний.

Нетрудно заметить, что внедрение понятия прототипической модели имплицитно подразумевает наличие некой инструкции к составлению данного типа текста и указывает составителю, на что необходимо обратить внимание при написании обзора и какие части следует в него включить. В связи с этим в лингвистике текста принято называть такие когнитивные схемы, используемые для ориентации реципиентами текста, **текстовыми моделями** и заменять этим термином традиционное понятие типа текста [Adamzik 2016: 332]. Выявление, разработка и знание таких моделей имеют важное значение для формирования компетенции по созданию текстов различного толка, которую В.-Д. Краузе называет **текстотипологическим знанием** [Krause 2000].

Перспективы дальнейшего исследования детерминируются высокой степенью метафоричности и образности рассмотренного типа текста, в связи с чем планируется более подробное изучение

функционирования когнитивных ольфакторных метафор, используемых в парфюмерных обзорах как для придания образности и экспрессивности, так и для передачи ольфакторно-технических характеристик парфюмерной композиции.

Источники иллюстративного материала

Борисов Le Mat Mendittorosa — *Борисов С. Le Mat Mendittorosa: скоро осень...* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Le-Mat-Mendittorosa-skoro-osen-14396.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Борисов Shocking You — *Борисов С. Shocking You Schiaparelli: Зеленый Афтершок* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Shocking-You-Schiaparelli-Zelenyj-Aftersok-14279.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Борисов Vanille — *Борисов С. Vanille Benjoin Affinessence: тайная ваниль становится явной* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Vanille-Benjoin-Affinessence-tajnaa-vanil-stanovitsa-avnoj-14512.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Все материалы автора Elena Prokofeva // *Fragrantica*. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/author/Elena-Prokofeva/> (дата обращения: 14.12.2023).

Все материалы автора Sergey Borisov // *Fragrantica*. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/author/Sergey-Borisov/> (дата обращения: 14.12.2023).

Прокофьева AL Kimiya — *Прокофьева Е. AL Kimiya Royal Crown: медовая роза или розовый мед?* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/AL-Kimiya-Royal-Crown-medovaa-roza-ili-rozovyj-med-14291.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Прокофьева Fanfarone — *Прокофьева Е. Fanfarone Italiano: самый элегантный кофе* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Fanfarone-Italiano-samyj-elegantnyj-kofe-14429.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Прокофьева Gossip — *Прокофьева Е. Gossip Night Gritti: десерт в стиле Belle Epoque* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Gossip-Night-Gritti-desert-v-stile-Belle-Epoque-14281.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Прокофьева Smoking Hot — *Прокофьева Е. Smoking Hot By Kilian: печенье яблоки и отцовские объятия* // *Fragrantica*. 2023. URL: <https://www.fragrantica.ru/news/Smoking-Hot-By-Kilian-pecenye-abloki-i-otcovskie-obatia-14506.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Редакция *Fragrantica* // *Fragrantica*. URL: <https://www.fragrantica.ru/about-us.phtml> (дата обращения: 14.12.2023).

Artikel von Autor Stefanie Jähn // *Fragrantica*. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/author/Stefanie-Jaehn/> (дата обращения: 14.12.2023).

Jähn Chantecaille — *Jähn St. Chantecaille Darby Rose (2019) — Rosen Rolls Royce oder rosa Tretroller?* // *Fragrantica*. 2010. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/Chantecaille-Darby-Rose-2019-Rosen-Rolls-Royce-oder-rosa-Tretroller-5273.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Jähn Gucci — *Jähn St. Gucci* und die Semantik der Erinnerung — Gucci Memoire D'Une Odeur // *Fragrantica*. 2019. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/Gucci-und-die-Semantik-der-Erinnerung-Gucci-Memoire-D-Une-Odeur-5344.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Jähn Narciso Rodriguez for her — *Jähn St. Narciso Rodriguez for her Fleur Musc* — Das olfaktorische Best Of Album // *Fragrantica*. 2017. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/Narciso-Rodriguez-for-her-Fleur-Musc-Das-olfaktorische-Best-Of-Album-3917.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Jähn Narciso Rodriguez Narciso Poudrée — *Jähn St. Narciso Rodriguez Narciso Poudrée Review* — Narciso auf Kuschelkurs // *Fragrantica*. 2016. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/Narciso-Rodriguez-Narciso-Poudree-Review-Narciso-auf-Kuschelkurs-3490.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Jähn Safer Sun — *Jähn St. Safer Sun* — Nivea Sun Eau de Toilette // *Fragrantica*. 2019. URL: <https://www.fragrantica.de/Neuigkeiten/Safer-Sun-Nivea-Sun-Eau-de-Toilette-5268.html> (дата обращения: 14.12.2023).

Литература

Адмони В. Г. Система форм речевого высказывания. СПб.: Наука, 1994. 154 с.
Бельская Т. И. Средства актуализации опорных концептов парфюмерного дискурса современного французского языка: дис. ... канд. филол. наук, М., 2010. 213 с.

Козозорова Х. Г., Наместникова А. В. Языковая реализация концепта «запах» (на материале французской версии романа П. Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы») // *Верхневолжский филологический вестник*. 2020. № 2. С. 204–211.

Косицкая Ф. Л. Жанровая палитра французского парфюмерного дискурса // *Вестник ТГПУ*. 2016. Т. 171. № 6. С. 71–75.

Нефедов С. Т. Прототипическая модель текста как основа текстотипологического знания (на примере авторского предисловия к научной монографии) // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2013. Т. 9. № 3. С. 197–203.

Симановская К. И. Атриктивная функция заголовков в газетном дискурсе // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. 2013. Т. 114. № 1. С. 161–165.

Степанов Е. С. Лингвокультурная специфика оценки в немецко- и русскоязычных рецензиях по социологии // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023. Т. 20. № 1. С. 117–136. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.107>

Трофимова Н. А. Ольфакторная метафора // *Когнитивные исследования языка. Cognition and communicatio в современном глобальном мире*. 2018. № 34. С. 328–331.

Филиппов К. А. Лингвистика текста: Курс лекций. СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2003. 336 с.

Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста: учеб. пособие. 3-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2006. 248 с.

Adamzik K. *Fachsprachen. Die Konstruktion von Welten*. Tübingen: Francke, 2018. 357 S.

Gruber H. Wissenschaftliches Schreiben // *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation* / hrsg. von St. Habscheid. Berlin: De Gruyter Lexikon, 2011. S. 559–557. <https://doi.org/10.1515/9783110229301>

Harrison J.E., Simon B.-C. *Synaesthesia: classic and contemporary readings*. Oxford: Blackwell Publishing, 1996. 193 p.

Krause W.-D. *Textsorten*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, 2000. 224 S.

Mast C. *ABC des Journalismus: Ein Handbuch*. 13. völlig überarbeitete Auflage. Köln: Herbert von Halem, 2018. 600 S.

Rindisbacher H. J. What's this Smell? Shifting Worlds of Olfactory Perception // *KulturPoetik*. 2015. Issue 15 (1). P. 70–104.

Sandig B. Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen // *Textsorten, Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht* / hrsg. von E. Gülich, W. Raible. Frankfurt a. M.: Athenäum Verlag, 1972. 119 S.

References

Adamzik K. *Fachsprachen. Die Konstruktion von Welten*. Tübingen, Francke, 2018. 357 S.

Admoni V.G. *The system of forms of speech utterance*. St. Petersburg: Nauka Publ., 1994. 154 p. (In Russian)

Belskaya T.I. *Means of actualisation of reference concepts of perfume discourse in the modern French*: PhD thesis. Moscow, 2010. 213 p. (In Russian)

Cherniavskaia V.E. *Interpretation of scientific text: a textbook*. 3rd ed. Moscow, KomKniga Publ., 2006. 248 p. (In Russian)

Filippov K. A. *Text Linguistics: A Course of Lectures*. St. Petersburg, St. Petersburg University Press, 2003. 336 p. (In Russian)

Gruber H. Wissenschaftliches Schreiben. *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*. Hrsg. von St. Habscheid. Berlin, De Gruyter Lexikon, 2011. S. 559–557. <https://doi.org/10.1515/9783110229301>

Harrison J.E., Simon B.-C. *Synaesthesia: classic and contemporary readings*. Oxford, Blackwell Publishing, 1996. 193 p.

Kositskaya F.L. Genre palette of French perfume discourse. *Vestnik TGPU*, 2016, vol. 171, no. 6, pp. 71–75. (In Russian)

Kosogorova Kh. G., Namestnikova A. V. Linguistic realisation of the concept of smell (on the material of the French version of P. Suskind's novel «Perfumer. The Story of a Murderer»). *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, 2020, no. 2, pp. 204–211. (In Russian)

Krause W.-D. *Textsorten*. Frankfurt a. M., Peter Lang, 2000. 224 S.

Mast C. *ABC des Journalismus: Ein Handbuch*. 13. völlig überarbeitete Auflage. Köln, Herbert von Halem, 2018. 600 S.

Nefedov S. T. Prototypical text model as a base of text typology's knowledge (a case study of auctorial foreword of scientific monograph). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 2013, vol. 9, no. 3, pp. 197–203. (In Russian)

Rindisbacher H. J. What's this Smell? Shifting Worlds of Olfactory Perception. *KulturPoetik*, 2015, issue 15 (1), pp. 70–104.

Sandig B. Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen. *Textsorten, Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht*. Hrsg. von E. Gülich, W. Raible. Frankfurt a. M., Athenäum Verlag, 1972. 119 S.

Simanovskaia K. I. Attraction function of headings in a newspaper discourse. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie*, 2013, vol. 114, no. 1, pp. 161–165. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/attraktivnaya-funktsiya-zagolovkov-v-gazetnom-diskurse> (accessed: 12.01.2024). (In Russian)

Stepanov E. S. Linguocultural evaluation specifics in German and Russian reviews on sociology. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 2023, vol. 20, no. 1, pp. 117–136. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.107> (In Russian)

Trofimova N. A. Olfactory metaphor. *Kognitivnye issledovaniia iazyka. Cognitio i communicatio v sovremennom global'nom mire*, 2018, no. 34, pp. 328–331. (In Russian)

Степанов Евгений Сергеевич

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ,

кандидат филологических наук

Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Evgenii S. Stepanov

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,

Candidate of Philological Sciences

Address: 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7889-5567>

E-mail: e.s.stepanov@spbu.ru

Статья поступила в редакцию 17 января 2024 г.

Принята к публикации 26 апреля 2024 г.