

Мерзликина Ольга Викторовна

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Россия, 115054, Москва, Стремянный пер., 36
Merzlikina.OV@rea.ru

Синестетические метафоры в описании свойств ароматов духов в парфюмерном дискурсе (на материале современного испанского языка)

Для цитирования: Мерзликина О. В. Синестетические метафоры в описании свойств ароматов духов в парфюмерном дискурсе (на материале современного испанского языка). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2024, 21 (1): 208–223.
<https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.111>

Статья посвящена анализу синестетических метафор с обонятельным компонентом значения в парфюмерном дискурсе испанского языка. Целью исследования являются выявление и анализ использования различных типов синестетической метафоры с обонятельным компонентом значения, передающих свойства аромата в описании духов в парфюмерном дискурсе, и определение закономерностей такого переноса. Синестетические метафоры рассматриваются как эмоционально-оценочные единицы языкового кодирования взаимосвязей полисенсорного восприятия запахов, звуков, цветов, вкусов, температуры различными органами человеческой перцепции и являются результатом когнитивно-символической интеграции чувственного опыта человека. Являясь результатом синестезии, синестетическая метафора на перцептивном уровне влияет на инвентарь привлекаемых говорящими языковых средств. Источником послужили презентации ароматов, представленные на сайте интернет-магазина El Corte Inglés. Изученные метафоры классифицируются на основе установления синестетического взаимодействия перцептивных образов с учетом их общих и частных характеристик, которые анализируются на основе когнитивных механизмов, лежащих в их основе, а также с позиций их прагматического потенциала. Путем применения метода сплошной выборки, компонентного анализа, описательного и количественного методов исследования выделены синестетические метафоры, выявлены модели синестетических переносов и установлена их продуктивность. Наиболее продуктивными моделями синестетических переносов, которые используются в описаниях ароматов в парфюмерном дискурсе, являются модели переноса с осязательной модальности на обонятельную и со зрительной на обонятельную, менее представлены переносы со вкусовых и слуховых модальностей. Также достаточно частотными являются модели переноса двух и более соощущений на обонятельную модальность. Активное использование синестетических метафор в парфюмерном дискурсе можно объяснить отсутствием достаточно широкого лексического аппарата для обозначения запахов.

Ключевые слова: синестетическая метафора, синестезия, парфюмерный дискурс, модус перцепции.

Введение

Парфюмерный дискурс содержит в себе богатейший материал для анализа синестетических метафорических номинаций с обонятельным компонентом значения, поскольку изобилует межчувственными ассоциациями для передачи всевозможных оттенков запахов. Настоящая статья посвящена изучению синестетических метафорических номинаций, относящихся к обонятельной области перцепции и ее вербализации в описаниях ароматов духов. Целью исследования является выявление и анализ использования различных типов синестетической метафоры с обонятельным компонентом значения, передающих свойства аромата в описании духов в парфюмерном дискурсе.

К настоящему времени накоплен достаточный объем исследований, посвященных проблемам синестезии (об этом писали Л. В. Лаенко, А. И. Бардовская, Ю. Н. Молодкина, В. В. Мамцева, П. Л. Горелик, Е. В. Ивакина, Х. Д. Риндисбахер, Т. А. Трипольская, А. А. Колупаева, Р. Кабальеро и К. Паради и др.). Изучением синестетических метафорических номинаций, то есть таких, которые мотивированы телесными ощущениями человека и взаимодействием его сенсорных систем при восприятии различных звуков, цветов, запахов, занимались такие исследователи, как Ю. Н. Молодкина, П. Л. Горелик, К. С. Шияев и Е. А. Шлотгауэр, В. В. Мамцева, Е. В. Гейко, С. Барон-Коэн, П. Г. Гроссенбахер и др., однако обонятельные синестетические метафоры испанского языка являются наименее изученными. Изучение синестетических метафор способствует пониманию механизмов создания полимодальных образов, проявлений характера межчувственных переносов при их создании, субъективности и индивидуальности восприятия человеком внеязыковой действительности.

Актуальность исследования обусловлена неослабевающим интересом к изучению дискурсивных параметров метафорической номинации в русле когнитивной лингвистики, а также повышенным интересом к проблемам языковой синестезии. Работа опирается на теорию концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона и исследования языковой синестезии и синестетической метафоры [Лакофф, Джонсон 2004; Ullmann 1957; Grossenbacher 2001; Forceville 2009; Бардовская 2005; Мамцева 2015; и др.]. Когнитивные исследования языка приобретают особое значение на современном этапе развития лингвистики. Предметом таких исследований становятся различные концептуальные сферы, стереотипные представления и ситуации, метафорические номинации, тематические группы лексики с точки зрения категоризации опыта и аксиологических норм определенного этноса, социальных особенностей и моделей поведения в рамках определенной языковой картины мира.

Синестетическая метафора, таким образом, является сложным полимодальным явлением, что находит свое отражение в фиксации межчувственных образов и проявляется в вербальных знаках, обозначающих взаимодействие различных типов восприятия — зрительных, слуховых, вкусовых, обонятельных, тактильных. Метафорические переосмысления базируются на определенных когнитивных механизмах категоризации. Поскольку запах достаточно сложно отобразить в языке, одним из лучших способов его вербализации является концептуальная синестетическая метафора.

Концептуальная метафора рассматривается учеными как когнитивный процесс, как один из механизмов мыслительной деятельности человека, результатом которого является появление нового знания [Лакофф, Джонсон 2004: 25]. Сущность когнитивной синестетической метафоры заключается в переносе характеристики из сферы-источника, то есть из определенной области перцепции на сферу-мишень, представляющую другую область перцепции [Лакофф, Джонсон 2004: 11; Шиляев, Шлотгауэр 2019: 114]. Синестезия позволяет осмыслить ощущение одного модуса в терминах ощущения другого модуса на ментальном уровне, а на языковом уровне воплощается в синестетических метафорических дескрипциях, являясь одним из способов описания запаха. Модус, или модальность, определяется как знаковая система, которая поддается интерпретации благодаря специфическому перцептивному процессу, связывающему каждый из модусов одним из пяти ощущений [Forceville 2009: 4]. Синестетическая метафора относится к уровням перцепции, когниции и речевой актуализации.

Исследование и результаты

Концептуальная метафора в парфюмерном дискурсе играет одну из главных ролей при описании духов. Основной целью парфюмерного дискурса является «оповещение адресата о духах, описание их аромата либо представление исторической справки об их появлении» [Бельская 2010: 9]. Широкое использование синестетической метафоры в парфюмерном дискурсе объясняется тем, что такая метафора при описании ароматов духов, переходя в область обозначения другого ощущения, приобретает эмоционально-оценочную окраску, выражает интенсивность ощущения. Данные метафоры, являясь средством актуализации впечатления от воспринимаемого запаха, соотносятся с эмоциональными состояниями субъекта восприятия и наделяются им оценочными характеристиками. Оценка оказывает воздействие на потребителя, на его ассоциативное мышление. При описании ароматов важным также является и «создание психологической близости между адресантом и адресатом, что объясняется тесной связью запаха с эмоциональной сферой человека», поскольку запах является одним из самых сильных чувств, связанным к памяти [Бельская 2010: 10].

Восприятие запаха представляет собой достаточно сложный психофизиологический процесс и является одним из важнейших этапов деятельности сознания человека по освоению им предметного мира [Баслаева 2013: 16]. В отличие от иных форм восприятия, запах является более субъективным, он наполнен всевозможными нюансами, к нему крайне сложно применить формальные определения [Гейко 2014: 144; Колупаева 2008: 87; Трипольская 2013: 54]. Как утверждает Т. А. Трипольская, результаты различных экспериментов «указывают на значительно более диффузный тип кодирования в обонятельной системе, чем в других сенсорных системах» [Трипольская 2013: 54].

Одна из главных проблем при описании запахов заключается в том, что в языке для этого практически не существует специфических терминов. Так, например, звук обладает такими характеристиками, как громкость, высота, тембр и др. Есть четыре вида вкуса и множество параметров изображения: контрастность, свет, яркость и т. д. Однако для того чтобы определить запах, таких характеристик не су-

ществует [Горелик 2014: 365]: «хотя человеческое обоняние может различать сотни тысяч различных запахов и в этом отношении сопоставимо со зрением и слухом, ни в одном из языков мира нет классификации запахов, подобной, к примеру, цветовым классификациям» [Риндисбахер 2010: 579].

Сложность обозначения запахов, таким образом, заключается в отсутствии в большинстве случаев специальной обонятельной лексики, что, в свою очередь, предполагает поиск путей решения проблемы их обозначения. Поэтому описание ароматов происходит посредством заимствования из других сенсорных модальностей. Это может быть визуальная модальность (*narciso brillante* ‘сияющий нарцисс’; *radiante y luminosa* ‘искристый и светящийся’), тактильная (*una fragancia tan refrescante como el agua* ‘аромат, освежающий, как вода’; *notas de madera de cachemira* ‘ноты кашемирового дерева’), слуховая (*crujiente manzan* ‘хрустящее яблоко’) или же вкусовая модальность (*ciruela jugosa* ‘сочная слива’). Таким образом, «объясняя запах, мы вынуждены его с чем-то сравнивать, нащупывать точную метафору для нашего обонятельного переживания» [Классен и др. 2003: 45]. Следовательно, различные когнитивные механизмы, служащие основой для метафорического переосмысления, играют огромную роль в формировании обонятельных значений [Басалаева 2013: 16]. Поскольку запах сложно отразить в языке, изобразить графически и постичь, метафора является одним из наиболее частотных способов его вербализации в парфюмерном дискурсе.

Посредством экспериментальных исследований учеными было установлено, что запахи являются невербальными диффузными впечатлениями и имеют склонность к синестезии [Diaconu 2005: 217]. Из этого следует, что запах можно обозначить только непрямым способом. Синестезию определяют как возникновение ощущений одной модальности при стимуляции другой модальности [Солсо 2002: 332]. Таким образом, опыт синестезии проявляет полисенсорные впечатления и ощущения, пересекающие пределы одной модальности. Синестетический опыт фокусирует внимание человека на тех компонентах структуры представления знаний, которые отвечают условиям сходства, аналогичным явлениям метафоры [Ивакина 2001: 171]. Вместе с тем «единство вербальных, визуальных, слуховых и других чувственных практик в сочетании с их эмоционально-образной трактовкой рассматривается как способ отражения объективного мира» [Grossenbacher 2001: 39].

Перцептивная природа образа неразрывно связана с проблемой телесности, которая является связующим звеном между перцептивным образом в сознании человека и его вербальной репрезентацией. Познание является телесным, поскольку оно определяется способностью человека видеть, слышать и осязать. Модусы перцепции и соответствующие органы чувств образуют чувственную «ткань сознания», сформированную перцептивными образами. В зоне зрительной перцепции осуществляется восприятие пространства, света, разрешения цветов; зона слуховой перцепции отвечает за распознавание звуков окружающего мира; ольфакторическая перцепция — за восприятие вкуса и запаха; гаптический перцепция обеспечивает формирование и распознавание тактильных ощущений, а также представление о температуре, структуре, влажности и сухости предметов [Жантурина 2009: 55].

Информация, которая поступает, воспринимается, кодируется и вербализируется человеком посредством органов чувств. Категоризация и номинация сен-

сорных ощущений, которые человек получает от разных модальностей, происходит в тексте по-разному. Именно процесс восприятия порождает перцептивный образ, сформированный на перцептивном уровне действительности благодаря функционированию пяти органов чувств, при работе которых образуются соответствующие сенсорные ощущения: зрение, слух, вкус, осязание, запах. В результате концептуальной обработки полученной информации в сознании человека формируется речевая картина мира, которая, в свою очередь, выступает как проекция реальности [Лаенко 2006: 12]. Познавательные возможности человека определяет полимодальное взаимодействие органов чувств, с помощью которых он не только получает поступающую извне информацию об окружающем мире, но и кодирует ее с помощью языковых средств.

Полимодальное сходство разных признаков восприятия объясняется общностью их эмоционально-оценочных качеств. Переходя в область обозначения другого ощущения, слово изменяет свое значение. Синестетические метафорические номинации, таким образом, соотносятся с эмоциональным состоянием субъекта восприятия и наделяются им различными оценочными характеристиками. Одним из основных, универсальных способов категоризации является оценочная функция эмоций, поскольку воспринимаемый объект первоначально подлежит эмоциональной оценке и «встраивается» на ее основе в «глубинное семантическое пространство субъекта на базе определенных синестетических характеристик» [Газарова 2002: 24]. Синестетическая метафора отражает творческое преобразование содержательных ощущений человека, в ней реализуется перенос одного ощущения на другое, определенным образом схожий с предыдущим.

Как отмечает А. Х. Мерзлякова, метафорические переносы являются аналогами «сенсорных и логических процессов, происходящих в сознании человека в момент номинации» [Мерзлякова 2003: 65]. Восприятие отдельных перцептивных признаков вызывает в сознании человека определенные ассоциативные связи на основе сходства нервных импульсов, в результате чего становится возможным существование полирецепторной метафоры, основанной на явлении синестезии. Следует также отметить, что в сенсорной метафоре перенос метафорических значений имеет направление от конкретного к конкретному, в отличие от эмоционально-рациональной метафоры, где вектор переноса значения направлен от конкретного к абстрактному.

Наиболее частотными являются синестетические метафорические переносы из сферы зрения, тактильной сферы, температурного ощущения, вкуса, реже — слуха. Обратное явление переноса из сферы запаха в другую область ощущения происходит очень редко и доказывает значительные возможности вокабуляра для вербализации остальных перцептивных ощущений по сравнению с ольфакториумом [Мамцева 2015: 105]. Исследуя синестетическую метафору, С. Ульманн обнаружил, что направления переноса в данном виде метафоры не случайны, а соответствуют первичным образцам, а именно переносу признаков из менее дифференцированных ощущений (вкус, запах) на более дифференцированные (звук, вид) и выделение соприкосновения как самого продуктивного источника переноса, а звука как самого продуктивного реципиента [Ullmann 1957: 285].

Для выявления типов синестетических переносов при описании ароматов духов и их реализации в парфюмерном дискурсе были проанализированы рекламные

обзоры духов торговой сети El Corte Inglés. В результате выборки было проанализировано 200 описаний женских и мужских ароматов. В начале работы с корпусом было определено лексико-семантическое поле лексемы *olor* 'запах'. В процессе исследования были выявлены синонимичные номинации обонятельного ощущения *olor* 'запах': *perfume* 'духи', *aroma* 'аромат', *fragancia* 'аромат', *nota* 'нота', *acorde* 'аккорд', *acento* 'акцент' (*notas de*) *salida* 'верхние ноты', (*notas de*) *corazón* 'средние ноты', (*notas de*) *fondo* 'базовые ноты'. Поскольку ароматы создаются из множества ароматических компонентов, то один из запахов принято называть нотой, то есть составляющей композицию ароматов, или аккордом, то есть комплексом из нескольких компонентов. Данные лексические единицы в настоящем исследовании рассматриваются как синонимы терминов *fragancia* и *aroma*.

Для описания дополнительных свойств запаха также используются метафоры, относящиеся к «стертым», то есть узуальным в рамках парфюмерного дискурса; к ним относятся такие, как *fresco* 'свежий', *dulce* 'сладкий', *empolvado* 'пудровый', и др., наряду с указывающими на источник запаха (*amaderado* 'древесный', *floral* 'цветочный', *cítrico* 'цитрусовый', *almizcle* 'мускус', *neroli* 'нероли' и т.д.), которые также не будут являться предметом настоящего исследования. Узуальным метафорам в рамках парфюмерного дискурса противопоставляются «живые» метафоры, характеризующиеся уникальностью, которые и будут нас интересовать.

Проведенное исследование синестетических метафор, используемых при описании ароматов в парфюмерном дискурсе, позволило выделить следующие типы метафор: «зрение → обоняние», «осязание → обоняние», «вкус → обоняние», «слух → обоняние».

Синестетические метафорические номинации ароматов духов, представленные моделью «осязание → обоняние», являются наиболее частыми. Они наделяют запах физическими характеристиками. В данной модальности можно найти самые неожиданные ассоциации: *en el fondo, una firma de bienestar que te acaricia como el sol del alba, ámbar y musgo* 'базовые ноты: символ благополучия, который ласкает тебя, как рассветное солнце, янтарь и мох'; *su refrescante aroma es como una suave y delicada brisa que acaricia el rostro* 'его освежающий аромат подобен мягкому и нежному бризу, ласкающему лицо'; *un aromático soplo* 'ароматное дуновение'; *la suavidad del acorde de dátil* 'мягкость аккорда финика'; *un refrescante aroma "helado"* 'освежающий «ледяной» аромат'; *un fondo de cálidas notas de almizcle y complejos toques de madera de cachemira* 'базовые ноты мускуса и сложных оттенков кашемирового дерева'; *un toque de jugoso aceite de mandarina siciliana* 'прикосновение насыщенного масла сицилийского мандарина'; *esta fragancia tierna* 'этот нежный аромат'; *un fondo repleto de calidez* 'теплые базовые ноты'; *una base ardiente de vetiver* 'жгучий аромат ветивера'; *la fragancia infunde un toque de cremosa suavidad* 'аромат наполнен кремовой мягкостью'; *el escalofrío de un acorde amaderado negro muy intenso* 'морозный холод очень интенсивного черного древесного аккорда'; *la frescura herbal de la lavanda envuelve la afrodisíaca nota de cardamomo* 'травяная свежесть лаванды окутывает афродизиакальную ноту кардамона'.

В приведенных примерах при описании свойств запаха задействована тактильная модальность, так как тактильность связана с ощущением прикосновения, воздействия на кожный покров, а почувствовать, например, свежесть или тепло — *refrescante aroma* 'освежающий аромат', *cálidas notas* 'теплые нотки' — человек мо-

жет через кожный покров. Понять, мягкий ли предмет, можно посредством прикосновения к нему или же прикосновения предмета к нам: *una suave y delicada brisa que acaricia el rostro* ‘мягкий и нежный бриз, ласкающий лицо’, *madera de cachemira* ‘кашемировое дерево’. Для метафоры характерен процесс установления различных ассоциативных связей, которые обусловлены сознанием ее автора и его личным и/или речевым индивидуальным опытом, и чем сильнее содержательное несоответствие классов объектов, образующих метафорические связи, тем ярче так называемый «метафорический сюрприз» [Арутюнова 1990: 19–20]: *el escalofrío de un acorde amaderado negro muy intenso* ‘морозный холод очень интенсивного черного древесного аккорда’. В рассмотренных выше метафорах оценка запаха происходит на основе хорошо известных человеку ощущений, устанавливая таким образом связь между тактильной модальностью, основанной на жизненном опыте и абстрактном восприятии обонятельной модальности. Осмысление запаха в синестетических метафорах сферы осязания не всегда может быть понятно: действительно, непонятно, как пахнет, например, температурный режим, закат солнца или мягкость кашемира, а потому осмысление запаха предстает «своеобразным», сложным для интерпретации. В данной модальности синестетические метафоры ароматов духов скорее апеллируют к эмоциональной сфере человека: например, в метафоре *te acaricia como el sol del alba* ‘ласкает тебя, как рассветное солнце’ понять, каков действительно ласкающий запах солнца на рассвете, невозможно данная метафора лишь вызывает эмоции, связанные с ощущениями, воспоминаниями.

В исследованных описаниях одним из наиболее частотных и разнообразных источников синестетической метафоры свойств ароматов является область зрения, поскольку визуальная перцепция характеризуется более объективной и стабильной природой воспринимаемых зрением реалий окружающего мира, нежели перцепции запаха, вкуса и осязания, которые характеризуются большей субъективностью и вариативностью их восприятия каждым человеком [Caballero, Paradis 2015: 9].

Синестетические метафорические номинации модели «зрение → обоняние» находят отражение в таких синестетических выражениях, как: *absoluto de rosa rociada por la lluvia* ‘абсолют розы, покрытой каплями дождя’; *corazón: capullo de loto cubierto de rocío* ‘средние ноты: бутон лотоса, покрытый росой’; *un oscuro acorde amaderado* ‘темный древесный аромат’; *una fragancia floral solar* ‘солнечный цветочный аромат’; *el aura floreciente del jazmín que contrasta con la chispeante mandarina* ‘цветущая аура жасмина, контрастирующая с искрящимся мандарином’; *aroma limpio de la piel del pomelo y enebro ruso* ‘чистый аромат цедры грейпфрута и русского можжевельника’; *el bouquet floral de la fragancia* ‘цветочный букет аромата’; *notas de salida: pimienta jamaicana viva* ‘верхние ноты: яркий ямайский перец’; *notas florales blancas y limpias* ‘чистые белые цветочные ноты’; *las notas blancas y transparentes del acorde de té blanco* ‘белые и прозрачные ноты аккорда белого чая’; *el pomelo y la bergamota envueltos en hojas verdes de menta y verbena* ‘грейпфрут и бергамот, обернутые зелеными листьями мяты и вербены’; *remolinos de azahar y jazmín* ‘вихри цветов апельсина и жасмина’; *surgen unas notas especiadas y la redondez de una pera escarchada* ‘появляются пряные нотки и округлость покрытой инеем груши’; *el intenso carácter mineral del musgo de roble queda cubierto por el delicioso dulzor de la flor* ‘насыщенный минеральный характер дубового мха, покрытый восхитительной сладостью цветка’; *un elegante y delicado collar amaderado* ‘элегантное и нежное древесное ожере-

лье»; *gracias a la rosa, en una interpretación moderna con aroma de pétalos transparentes* 'благодаря розе, в современной интерпретации с ароматом прозрачных лепестков'.

Так, среди представленных примеров возникающие при восприятии запаха зрительные образы актуализируют ощущения световой модальности (*luminosidad del corazón* 'яркость средних нот', *brillante corazón* 'сияние средних нот', *oscuro acorde* 'темный аккорд', *fragancia solar* 'солнечный аромат', *chispeante mandarina* 'искрящийся мандарин', *blancas y limpias* 'белые и чистые') и объектной модальности (*rosa rociada por la lluvia* 'роза, покрытая каплями дождя', *capullo de loto cubierto de rocío* 'бутон лотоса, покрытый росой'). Такой способ вербализации ароматов духов вызывает у адресата ассоциации запаха растений, цветов, свежести и т. д. В описании духов для вербализации аромата наиболее частым является использование лексем со значением 'свежий', 'приятный', 'душистый'. Как известно, цвет и свет обладают способностью вызывать определенные эмоции, отсюда человек очень часто концептуализирует пережитые эмоции, чувства и состояния в цветовых терминах: *aura floreciente* 'цветущая аура', *pimienta jamaicana viva* 'яркий ямайский перец'. За счет лексем *aura* 'аура' и *vivo* 'яркий', имеющих значение сияющего, ослепительного света, происходит перенос визуального опыта человека. В метафорических номинациях *capullo de loto cubierto de rocío* 'бутон лотоса, покрытый росой' и *rosa rociada por la lluvia* 'роза, покрытая каплями дождя' аромат духов передается через переосмысление посредством зрительного образа свежести, в котором вода создает ощущение прохлады. В метафорической номинации *un elegante y delicado collar amaderado* 'элегантное и нежное древесное ожерелье' описываются базовые финальные ноты аромата. В данном примере финальные ноты сравниваются с колье, которое как бы окружает остальные ноты. Таким образом создается впечатление завершенности образа: колье, дополняющее образ женщины и делающее его изысканным, совершенным, переносится на ноты аромата. Метафорическая номинация *intensas aromas de oud oscuro* 'интенсивный аромат темного уда' посредством сочетания лексемы *oud* 'уд', обозначающей в парфюмерии группу ароматов, которые являются синонимом роскоши, значимости и энергии, и лексемы *oscuro* 'темный' порождают зрительно-обонятельный образ самодостаточной, харизматичной личности. В номинации *aroma de pétalos transparentes* 'аромат прозрачных лепестков' запах приобретает легкие, едва уловимые характеристики за счет лексемы *transparente* 'прозрачный'. А в метафорах сферы световой модальности лексемы *luminosidad* 'сияние', *brillante* 'блестящий', *chispeante* 'искрящийся', *solar* 'солнечный', *radiante* 'сверкающий', в метафорических номинациях *la luminosidad del corazón floral* 'сияние цветочных нот', *brillante corazón de neroli* 'блестящие ноты нероли', *una fragancia floral solar* 'солнечный цветочный аромат', *una fragancia radiante* 'сияющий аромат', *chispeante mandarina* 'искрящийся мандарин', аромат в которых ассоциируется с источником света, порождают визуальную метафору, благодаря чему запах наделяется волшебными свойствами — он может искриться, светиться [Горелик 2014: 367]. Пространственно-объемные ощущения, отраженные в метафорическом сравнении композиции аромата духов через переосмысление выставки цветов (*despliegue floral* 'цветочная экспозиция'), воздействуют на эмоциональную сферу адресата, апеллируя к визуальному опыту человека. Метафорическая номинация *la redondez de una pera escarchada* 'округлость покрытой инеем груши' сочетает в себе два зрительных образа — округлость и иней; иней в данном случае

передает свежесть, а округлость указывает на однородность запаха. Также, чтобы передать некоторую контрастность запаха, парфюмеры обращаются к метафорам, сочетающим в себе два противоположных зрительных образа: *un perfume de contrastes, luminoso y oscuro* 'аромат контрастов, светящийся и темный'; *una fragancia de sombra y luz* 'аромат тени и света'.

В основе синестетических номинаций модели «вкус → обоняние» лежит реальная связь, которая существует между двумя сферами перцепции, сферой вкуса и сферой запаха. Зачастую мы не можем ощутить всей полноты одного из видов перцепции без помощи другого: *Martini de manzanas y mandarinas ritmo* 'яблочный Мартини и мандариновый ритм'; *notas ácidas de cítricos y té helado de menta* 'терпкие нотки цитрусовых и мятного холодного чая'; *una ola de frescor encarnado por el caviar de limón* 'волна свежести, воплощенная в лимонной икре'; *aromas apetitosos de flores y frutas* 'аппетитные ароматы цветов и фруктов'; *la pera brillante da paso a las frambuesas dulces y maduras* 'яркая груша переходит в спелую, сладкую малину'; *la esencia... se funde con el néctar de melocotón* 'эссенция растворяется в персиковом нектаре'; *las notas de salida de ciruela jugosa* 'верхние ноты: сочная слива'; *la sabrosa acidez de la esencia natural de pomelo* 'вкусная кислинка натуральной грейпфрутовой эссенции'; *para crear un acorde acidulado que hace la boca agua* 'для создания кислого аппетитного аккорда'; *un cocktail revitalizante de limón y verbena en la salida* 'оживляющий коктейль из лимона и вербены в верхних нотах'.

Такие вкусовые эпитеты, как *горький, сладкий, терпкий*, для определения аромата довольно часто используются в парфюмерии. Однако метафорический перенос «вкус → обоняние» может быть выражен непривычными языковыми средствами. Так, метафоры *la esencia... se funde con el néctar de melocotón* 'эссенция растворяется в персиковом нектаре', *frambuesas dulces y maduras* 'сладкая и спелая клубника', *ciruela jugosa* 'сочная слива', *un cocktail revitalizante de limón y verbena* 'оживляющий коктейль из лимона и вербены' создают реалистичный образ запаха растений, апеллирующий к индивидуальным воспоминаниям и аналогиям восприятия ароматов растений у адресата, а в случае с *Martini de manzanas* 'яблочный мартини' добавляется еще и вкус алкогольного напитка. Таким образом, запах описывается в терминах ощущения вкуса. Подобные метафоры вызывают не только вкусовые впечатления, но могут апеллировать к статусности, как, например, в случае с мартини или же с икрой *una ola de frescor encarnado por el caviar de limón* 'волна свежести, воплощенная в лимонной икре', а также к сексуальности, например в метафорах *la esencia... se funde con el néctar de melocotón* 'эссенция растворяется в персиковом нектаре', *la pera brillante da paso a las frambuesas dulces y maduras* 'яркая груша переходит в спелую, сладкую малину'.

Метафорическая модель «слух → обоняние» является наименее частотной в описаниях ароматов и представлена единичными номинациями: *una serenata potente de esencia de rosa damascena* 'мощная серенада из эссенции дамасской розы'; *delicadas notas de pétalos de rosa se alzan con crujiente manzana* 'нежные ноты лепестков розы усиливаются нотами хрустящего яблока'; *melodías efervescentes de pimienta* 'шипучие перечные мелодии'; *con la nota fresca y crujiente* 'со свежей и хрустящей ноткой'; *la deliciosa nota de vainilla con tonalidades balsámicas* 'восхитительная ваниль с бальзамическими тональностями'. В приведенных примерах при описании аромата происходит апеллирование к слуховым рецепторам, в случае с *crujiente*

manzana 'хрустящее яблоко' осуществляется метафорическое переосмысление запаха хрустящего яблока как очень свежего и ароматного, а в *una serenata potente de esencia de rosa damascena* 'мощная серенада из эссенции дамасской розы' аромат розы ассоциируется с красотой звучания серенады, которые, как известно, были посвящены любимым женщинам. В номинации *la deliciosa nota de vainilla con tonalidades balsámicas* 'восхитительная ваниль с бальзамическими тональностями' лексема *tonalidad* 'тональность' подобно гармонии сочетания звукового ряда в музыке передает гармонию сочетания ароматов. Данная категория оценки актуализируется посредством звуковой модальности.

В описаниях ароматов достаточно часто встречаются модели, созданные на основе метафорического переноса двух и более модальностей на обонятельную модальность. Дж. Лакофф и М. Джонсон считают, что ни одна метафора не может быть понятной или адекватно представленной без основания на опыте [Лакофф, Джонсон 2004: 169], поэтому наш сенсорный опыт подсказывает, какие именно сенсорные аналоги могут быть релевантны для выражения наших внутренних или иных, более «размытых» ощущений. Доказано, что человек, воспринимая предметы внешнего мира, видит их, чувствует на ощупь, запах и вкус иногда одновременно. Это требует взаимодействия органов ощущений и обеспечивается их синестетической работой [Лурия 1975: 107]. В результате взаимодействия органов чувств и активизации нескольких анализаторов при восприятии определенного объекта действительности, а также благодаря лингвокогнитивной процедуре ассоциирования происходит формирование полимодального образа.

В парфюмерном дискурсе достаточно распространены метафоры, в которых соощущения двух модальностей привлекаются к описанию одоративной модальности. Типичным является привлечение к описанию обоняния зрительно-осязательных ощущений. Интересными являются примеры метафорической модели «осязание + зрение → обоняние»: *el frescor de unas sábanas recién planchadas* 'свежесть только что выглаженных простыней'; *una fragancia tierna y empolvada* 'нежный и пудровый аромат'; *corazón: lluvia de flores* 'средние ноты: цветочный дождь'; *se mezcla con una grosella negra tierna y chispeante* 'сочетается с нежным и искрящимся ароматом черной смородины'; *el nerolí y la flor de azahar forman un buqué aterciopelado* 'нероли и цветы апельсина образуют бархатистый букет'; *aroma de rosas que aporta un aura cálida* 'аромат роз, создающий теплую ауру'; *la intensa calidez de bosques puros... que componen el fondo de la fragancia* 'интенсивное тепло чистого леса... составляющее базовые ноты аромата'; *una verdadera cascada de frescura* 'настоящий водопад свежести'; *cálidas facetas doradas de neroli* 'теплые золотистые оттенки нероли'.

В синестетических метафорических номинациях зрительно-осязательной модальности, актуализирующих ощущения тактильной модальности, *una fragancia tierna* 'мягкий аромат', *un buqué aterciopelado* 'бархатистый букет', *notas de gardenias aterciopeladas, casi cremosas y suaves* 'бархатистые, почти сливочные и мягкие ноты гардений' запах переосмысливается на основе не только известных человеку осязательных ощущений, но и зрительного восприятия: на основе тактильного опыта сделать заключение о мягкости, например, бархата или крема человек может посредством как прикосновения, так и взгляда. В приведенных метафорах аромат, ассоциируясь с мягкостью, порождает осязательно-визуальную метафору и наде-

ляется свойствами нежности, женственности. Такие номинации, как *el frescor de unas sábanas recién planchadas* 'свежесть только что выглаженных простыней', *lluvia de flores* 'дождь из цветов', *una grosella negra tierna y chispeante* 'нежная и искрящаяся черная смородина' и т. д., также сочетают в себе соощущения двух модальностей, поскольку дождь, вихрь можно не только увидеть, но и ощутить. В метафоре *las notas resinosas* 'смолистые нотки' задействованы как зрительная, так и тактильная модальности, так как смола в первую очередь может быть воспринята визуально и дополнена тактильным подтверждением, хотя оно и будет носить дополнительный статус. В метафорических номинациях *aroma de rosas que aporta un aura cálida* 'аромат роз, создающий теплую ауру' и *la intensa calidez de bosques puros* 'интенсивное тепло чистого леса' задействованы соощущения зрительной модальности (*aura* 'аура', *bosques puros* 'чистые леса') в комплексе с осязательной (*cálido* 'теплый', *calidez* 'тепло').

Одной из распространенных моделей метафорических номинаций является модель, в которой соощущения зрительной и слуховой модальностей переносятся на обонятельную модальность — «зрение + слух → обоняние»: *una sinfonía luminosa* 'сияющая симфония'; *unas notas sensuales de vainilla y castaña combinadas con una estela rockera de madera de sándalo* 'чувственные ноты ванили и каштана в сочетании с рокочущим шлейфом сандалового дерева'; *una explosión de manzana y bergamota* 'взрыв яблока и бергамота'; *el sensual ritmo de la noble madera de cedro* 'чувственный ритм благородной древесины кедра'; *una explosión vivaz de hojas de neroli* 'яркий взрыв листьев нероли'; *notas: ...se une al carácter chispeante y alegre de la pera* 'ноты: ...соединяется с игривым и веселым характером груши'; *salida: bergamota alegre* 'верхние ноты: веселый бергамот'.

Так, в метафорических номинациях *una sinfonía luminosa* 'сияющая симфония' и *una estela rockera* 'рокочущий шлейф' привлекаются к описанию обонятельного восприятия соощущения слуховой (*sinfonía* 'симфония', *rockera* 'рокочущий') и зрительной (*luminosa* 'сияющая', *estela* 'шлейф') модальностей. В случаях с *el sensual ritmo* 'чувственный ритм', *bergamota alegre* 'веселый бергамот' лексема *ritmo* 'ритм' может быть оценена в первую очередь акустически и дополнена визуально, а лексема *alegre* 'веселый' может быть оценена визуально и дополнена акустическим ощущением (например, смеха); в метафорической номинации *una explosión de manzana* 'взрыв яблока' лексема *explosión* 'взрыв' воспринимается как визуально, так и акустически. В приведенных примерах привлекаются соощущения зрительной модальности в комплексе со слуховой.

В номинациях модели «осязание + вкус → обоняние» ощущение запаха настолько сильно, что оно сравнивается с волной, дуновением ароматических, прекрасных сладких и фруктовых ароматов: *las notas de pera nashi insuflan un aromático soplo afrutado a la fragancia* 'ноты груши нэши придают аромату фруктовое дыхание'; *la fragancia comienza con una oleada de deliciosa orquídea azucarada* 'аромат открывается волной восхитительной сладкой орхидеи'. Лексемы *soplo* 'дуновение, дыхание' и *oleada* 'волна, поток' передают движение запаха, а лексемы *afrutado* 'фруктовый', *deliciosa* 'вкусный, аппетитный' — вкус. Соощущения вкусовой модальности сопровождаются восприятием осязательной, при этом лексема *oleada* 'волна' используется в своем переносном, метафорическом значении.

Метафорические номинации модели «зрение + вкус → обоняние» являют собой сложную форму чувственно-образного отражения действительности, придавая обонятельному восприятию запаха пространственно-объемные свойства: запах таким образом приобретает не только вкусовые, но и объемные качества, он становится измеримым: *las notas de salida de granizado de bayas rojas* ‘верхние ноты: лимонад со льдом из красных ягод’; *aromas cítricos de la bergamota y el cardamomo junto con un intrépido toque de leche de almendra* ‘цитрусовые ароматы бергамота и кардамона с ярким оттенком миндального молока’; *un burbujeante acorde de Champagne Rose brilla en su corazón* ‘в базовых нотах искрится шипучий аккорд розового шампанского’.

При описании ароматов рекламодатели парфюмерии в своих практиках используют образную лексику, благодаря которой запах получает точное и емкое толкование [Ляховецкая, Казарян 2021: 310]. В парфюмерном дискурсе встречаются и более сложные синестетические номинации. К таким можно отнести модели, сочетающие в себе соощущения более двух модальностей: «слух + зрение + осязание → обоняние»: *esta vigorosa fragancia se define por un estallido de manzana helada* ‘этот бодрящий аромат раскрывается во взрыве морозного яблока’; *una serenata aterciopelada de rosa* ‘бархатистая серенада розы’; *el sensual aroma de una tormenta de verano en París* ‘чувственный аромат летней грозы в Париже’. В метафорической номинации *una serenata aterciopelada de rosa* ‘бархатистая серенада розы’ соощущения зрительно-осязательной модальности *aterciopelada* ‘бархатистая’ в составе обонятельных синестетических ассоциаций употребляется в комплексе с номинацией слуховой модальности *serenata* ‘серенада’. В метафорической номинации *un estallido de manzana helada* ‘взрыв морозного яблока’ привлекаются соощущения зрительно-слуховой (*estallido* ‘взрыв’) модальности в комплексе с осязательной (*helado* ‘морозный’). В следующем примере — *aroma de una tormenta de verano en París* — лексема *tormenta* ‘аромат летней грозы в Париже’ включает в себя как зрительный и слуховой опыт человека, так и осязательный.

В метафорической модели «слух + зрение + вкус → обоняние» *su estela aromática es una explosión de dulzor* ‘его ароматный шлейф — это взрыв сладости’ лексема *explosión* ‘взрыв’ сопряженная как с визуальным, так и слуховым опытом человека, употребляется в комплексе с номинацией вкусовой модальности *dulzor* ‘сладость’.

Заключение

Проведенное исследование показало, что синестетическая метафора обнаруживает особенности речевого кодирования взаимосвязей полисенсорного восприятия запахов, звуков, вкусов и т. д. различными органами чувств. Подобное восприятие мотивировано телесными ощущениями человека и взаимодействием его сенсорных систем. Именно поэтому синестетическая метафора является сложным полимодальным явлением, находящим свое отражение в фиксации межчувственных образов и проявляющимся в вербальных знаках, комбинации слов, обозначающих взаимодействие различных ощущений: зрительных, слуховых, вкусовых, ольфакторных, тактильных, температурных. Анализ фактического материала показал, что запах духов метафоричен по своей природе. В испаноязычных описаниях ароматов духов синестетическая концептосфера запаха представлена раз-

нообразными метафорическими моделями. Наиболее продуктивными моделями синестетических переносов, которые используются в парфюмерном дискурсе, являются модели «осязание → обоняние» (47%), «зрение → обоняние» (32,5%); менее представлены переносы со вкусовых (16,5%) и слуховых модальностей (4%). В парфюмерном дискурсе испанского языка также представлены модели переноса двух и более соощущений на обонятельную модальность (21%), среди которых наибольшую продуктивность показывают модели «зрение + осязание → обоняние» и «зрение + слух → обоняние».

Таким образом, проведенное исследование показало, что выявленные закономерности метафорического переноса в испанском парфюмерном дискурсе и частотность их употребления в целом соответствуют результатам психологических исследований С. Ульмана о наиболее вероятной последовательности переносов с одной модальности на другую. Широкое использование метафорических номинаций осязательной перцепции как самого продуктивного источника переноса согласуется с «иерархией перцепции», предложенной ученым. Метафорические переносы из области зрительного восприятия являются одними из наиболее частотных, несмотря на то что переносы из более дифференцированных сфер перцепции на менее дифференцированные не являются общей тенденцией направленности перехода ощущений. Широкое присутствие метафор зрительного восприятия в парфюмерном дискурсе объясняется, на наш взгляд, желанием авторов воздействовать на адресата, создать ощущения радости и праздника, что подтверждается активным использованием таких лексем, как *chispeante*, *brillante*, *radiante*, *luminoso* и т. д. Метафорические переносы из области вкуса составляют относительно небольшое количество. Это объясняется тем, что большинство «стертых» метафор со сферой-источником «вкус» были исключены из исследования, поскольку данные метафоры можно отнести к принятой в парфюмерии терминологии для характеристики ароматов духов. Небольшое количество переносов из области слухового восприятия также встраивается в исследования, проведенные Ульманом.

Активное использование синестетических метафор в парфюмерном дискурсе можно объяснить отсутствием достаточно широкого лексического аппарата для обозначения запахов. Воздействие синестетической метафоры в парфюмерном дискурсе на адресата основано на явлении синестезии перцептивного восприятия и «отсылке» адресата ко всевозможным образам, чувственному опыту, индивидуальным эмоционально-оценочным представлениям о явлениях окружающей действительности.

Литература

- Арутюнова 1990 — Арутюнова Н. Д. *Теория метафоры*. М.: Прогресс, 1990.
- Бардовская 2005 — Бардовская А. И. *Средства номинации синестетических ощущений (на материале русских и английских художественных текстов)*. Дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2005.
- Басалаева 2013 — Басалаева Е. Г. Языковая репрезентация запаха в парфюмерном интернет-дискурсе. *Вестник Томского государственного университета*. 2013, (375): 16–20.
- Бельская 2010 — Бельская Т. И. *Средства актуализации опорных концептов парфюмерного дискурса современного французского языка*. Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010.
- Газарова 2002 — Газарова Е. Э. *Психология телесности*. М.: Ин-т общегуманитар. исслед., 2002.

- Гейко 2014 — Гейко Е. В. Метафорический потенциал пропозиции обонятельного восприятия. *Уральский филологический вестник. Сер.: Психолингвистика в образовании.* 2014, (2): 144–150.
- Горелик 2014 — Горелик П. Л. Визуальные тропы сенсорного восприятия запаха в рекламе духов. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки.* 2014, (2): 364–369.
- Жантурина 2009 — Жантурина Б. Н. Телесно-перцептивные признаки и метафора. *Вестник Воронежского государственного университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация.* 2009, (2): 55–58.
- Ивакина 2001 — Ивакина Е. В. Проявление языковой синестезии в процессе наименования акустических явлений. *Филологические этюды.* 2001, (4): 170–173.
- Классен и др. 2003 — Классен К., Ховуз Д., Синотт Э. Значение и власть запаха. В кн.: *Ароматы и запахи в культуре.* Кн. 1. М.: Новое литературное обозрение, 2003. С. 43–52.
- Колупаева 2008 — Колупаева А. А. Национальные особенности концепта запах в русском языке. *Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки.* 2008, 7 (63): 86–88.
- Лаенко 2006 — Лаенко Л. В. Восприятие — сознание — язык: проблема взаимосвязи. *Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация.* 2006, (1): 5–15.
- Лакофф, Джонсон 2004 — Лакофф Дж., Джонсон М. *Метафоры, которыми мы живем. Теория метафоры.* М.: URSS, 2004.
- Лурия 1975 — Лурия А. Р. *Ощущения и восприятие.* М.: Изд-во Мос. гос. ун-та, 1975.
- Ляховецкая, Казарян 2021 — Ляховецкая Е. И., Казарян Ш. Е. Метафорическое моделирование ситуации локдауна в русско- и англоязычных СМИ. В сб.: *Влияние новейших технологий, СМИ и интернета на образование, язык и культуру:* м-лы II Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. М., 2021. С. 310–314.
- Мамцева 2015 — Мамцева В. В. К вопросу о вербализации концепта «ЗАПАХ» в художественной литературе. *Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. Филологические науки.* 2015, 2 (86): 101–106.
- Мерзлякова 2003 — Мерзлякова А. Х. Семантическое варьирование прилагательных в поле «Восприятие». *Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 2: История, языкознание, литературоведение.* 2003, (4): 65–71.
- Риндисбахер 2010 — Риндисбахер Х. Д. От запаха к слову: моделирование значений в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер». В кн.: *Ароматы и запахи в культуре.* В 2 кн. Кн. 2. М.: Новое литературное обозрение, 2010. С. 579–607.
- Солсо 2002 — Солсо Р. Л. *Когнитивная психология.* М.: Либерея, 2002.
- Трипольская 2013 — Трипольская Т. А. Моделирование ментальной структуры «Восприятие запаха» в русской языковой картине мира. *Проблемы интерпретационной лингвистики и их языковое воплощение.* Новосибирск: Изд-во Новосиб. гос. пед. ун-та, 2013. С. 50–61.
- Шиляев, Шлотгауэр 2019 — Шиляев К. С., Шлотгауэр Е. А. Концептуальная метафора и метонимия в русскоязычных обзорах вин и коньяков. *Вестник Томского государственного университета. Филология.* 2019, (6): 113–134.
- Caballero, Paradis 2015 — Caballero R., Paradis C. Making Sense of Sensory Perceptions Across Language and Cultures. In: *Functions of Language.* 2015, 22 (1): 1–19.
- Diaconu 2005 — Diaconu M. *Tasten-Riechen-Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne.* Würzburg: Königshausen & Neumann, 2005.
- Forceville 2009 — Forceville Ch. Non-Verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivists Framework: Agendas for Research. *Multimodal Metaphor. Applications of Cognitive Linguistics.* 2009, (11): 19–42.
- Grossenbacher 2001 — Grossenbacher P. G. Mechanisms of Synaesthesia: Cognitive and Physiological Correlates. *Trends in Cognitive Sciences.* 2001, 5 (1): 36–41.
- Ullmann 1957 — Ullmann S. *Principles of Semantics.* Glasgow: Blackwell, Jackson, 1957.

Статья поступила в редакцию 9 октября 2022 г.
Статья рекомендована к печати 3 ноября 2023 г.

Synaesthetic metaphors in the description of fragrance properties in perfumery discourse (on the material of the modern Spanish language)

For citation: Merzlikina O. V. Synaesthetic metaphors in the description of fragrance properties in perfumery discourse (on the material of the modern Spanish language). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2024, 21 (1): 208–223. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.111> (In Russian)

The article deals with the use of synaesthetic metaphors with an olfactory component of meaning in the perfumery discourse of the Spanish language. Synaesthetic metaphors are considered as emotional-evaluative units of linguistic coding of interrelations of polysensory perception of smells, sounds, colours, tastes, temperatures through different organs of human perception and are the result of cognitive-symbolic integration of human sensory experience. The synaesthetic metaphor is viewed as a result of synaesthesia which at the level of perception influences the inventory of the linguistic means involved by the speaker. The source of the investigated empirical material studied is the fragrance descriptions presented on the website of the *El Corte Ingles* online store. The metaphors studied are classified according to the establishing the synaesthetic interaction of perceptual images, considering their general and particular characteristics, which are analyzed on the basis of the cognitive mechanisms underlying them, as well as from the point of view of their pragmatic potential. By applying the method of continuous sampling, component analysis, descriptive and quantitative research methods, synaesthetic metaphors have been identified, models of synaesthetic transfers have been revealed and their productivity has been established. The most productive models of synaesthetic metaphors used in the description of fragrance in perfumery discourse are models of transfer from tactile to olfactory and from visual to olfactory modalities, transfers from gustatory and auditory modalities are less represented. Also well sufficiently represented are the models of metaphorical transfer of two or more modalities to the olfactory modality.

Keywords: synaesthetic metaphor, synaesthesia, perfume discourse, mode of perception.

References

- Арутюнова 1990 — Arutiunova N. D. *Theory of metaphor*. Moscow: Progress Publ., 1990. (In Russian)
- Бардовская 2005 — Bardovskaia A. I. *Means of Nomination of Synesthetic Sensations (based on Russian and English Literary Texts)*. Thesis for PhD in Philological Sciences. Tver, 2005. (In Russian)
- Басалаева 2013 — Basalaeva E. G. Language Representation of Odour in the Internet Perfume Discourse. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2013, (375): 16–20. (In Russian)
- Бельская 2010 — Bel'skaia T. I. *Means of Actualization of the Basic Concepts of the Perfumery Discourse of the Modern French Language*. Abstract of the Thesis for Dr. Sci. in Philological Sciences. Moscow, 2010. (In Russian)
- Газарова 2002 — Gazarova E. E. *Physical Psychology*. Moscow: Institut obshchegumanitarnykh issledovaniy Publ., 2002. (In Russian)
- Гейко 2014 — Geiko E. V. Metaphorical Potential Pro-Position Components Olfactory Perception. *Ural'skii filologicheskii vestnik. Ser.: Psikholingvistika v obrazovanii*. 2014, (2): 144–150. (In Russian)
- Горелик 2014 — Gorelik P. L. Visual Trope of Sensory Perception of Smell in Perfume Advertising. *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*. 2014, (2): 364–369. (In Russian)
- Жантурина 2009 — Zhanturina B. N. Physical-Perceptual Signs and Metaphor. *Vestnik VGU. Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia*. 2009, (2): 55–58. (In Russian)

- Ивакина 2001 — Ivakina E. V. Manifestation of Linguistic Synesthesia in the Process of Naming Acoustic Phenomena. *Filologicheskie etudy*. 2001, (4): 170–173. (In Russian)
- Классен и др. 2003 — Klassen K., Khovuz D., Sinott E. The Meaning and Power of Smell. In: *Aromaty i zapakhi v kul'ture*. Vol. 1. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2003. P. 41–50. (In Russian)
- Колупаева 2008 — Kolupaeva A. A. National Features of the Concept of Smell in Russian. *Vestnik Tambovskogo universiteta*. Ser.: *Gumanitarnye nauki*. 2008, 7 (63): 86–88. (In Russian)
- Лаенко 2006 — Laenko L. V. Perception — Consciousness — Language: The Problem of Interconnection. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*. Ser.: *Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia*. 2006, (1): 5–15. (In Russian)
- Лакофф, Джонсон 2004 — Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by. Theory of Metaphor*. Moscow: URSS Publ., 2004. (In Russian)
- Лурья 1975 — Lur'ia A. R. *Sensations and Perception*. Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta Publ., 1975. (In Russian)
- Ляховецкая, Казарян 2022 — Liakhovetskaia E. I., Kazarian Sh. E. Metaphorical Modeling of the Lock-down Situation in Russian and British Media. In: *Vliianie noveishikh tekhnologii, SMI i Interneta na obrazovanie, iazyk i kul'turu. Materialy II Vserossiiskoi (s mezhdunarodnym uchastiem) nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Moscow, 2021. P. 310–314. (In Russian)
- Мамцева 2015 — Mamtseva V. V. Towards the Verbalization of the Concept “SMELL” in Imaginative Literature. *Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni I. Ia. Iakovleva. Filologicheskie nauki*. 2015, 2 (86): 101–106. (In Russian)
- Мерзлякова 2003 — Merzliakova A. Kh. Semantic Variation of Perception Adjectives. *Vestnik of Saint Petersburg University. Ser. 2: Istoriia, iazykoznanie, literaturovedenie*. 2003, (4): 65–71. (In Russian)
- Риндисбахер 2010 — Rindisbakher Kh. D. From Smell to Word: Meaning Modeling in Patrick Suskind's “Perfumer”. In: *Aromaty i zapakhi v kul'ture*. Book 2. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2010. P. 579–607. (In Russian)
- Солсо 2002 — Solso P. L. *Cognitive psychology*. Moscow: Libereia Publ., 2002. (In Russian)
- Трипольская 2013 — Tripol'skaia T. A. Perfume Discourse: Express Modelling the Mental Structure “Odour Perception” in Russian Language Picture of the World. In: *Problemy interpretatsionnoi lingvistiki i ikh iazykovoe voploshchenie*. Novosibirsk: Izdatel'stvo Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta Publ., 2013. P. 50–61. (In Russian)
- Шиляев, Шлотгауэр 2019 — Shiliaev K. S., Shlotgauer E. A. Conceptual Metaphor and Metonymy in Russian Wine and Cognac Reviews. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. 2019, (6): 113–134. (In Russian)
- Caballero, Paradis 2015 — Caballero R., Paradis C. Making Sense of Sensory Perceptions Across Language and Cultures. *Functions of Language*. 22 (1): 1–19.
- Diaconu 2005 — Diaconu M. *Tasten-Riechen-Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 2005.
- Forceville 2009 — Forceville Ch. Non-Verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivists Framework: Agendas for Research. Multimodal Metaphor. *Applications of Cognitive Linguistics*. 2009, (11): 19–42.
- Grossenbacher 2001 — Grossenbacher P. G. Mechanisms of Synaesthesia: Cognitive and Physiological Contains. *Trends in Cognitive Sciences*. 2001, 5 (1): 36–41.
- Ullmann 1957 — Ullmann S. *Principles of Semantics*. Glasgow: Blackwell, Jackson, 1957.

Received: October 9, 2022
Accepted: November 3, 2023