

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

**ОСОБЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ НОМИНАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по специальности
45.05.01 Перевод и переводоведение
очной формы обучения,
группы 04001217
Плешковой Анастасии Андреевны

Научный руководитель
к. филол. н., доцент
Пупынина Е.В.

Рецензент
к. филол. н., доцент
О.Н. Крот

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава I. Категория запаха в английском языке	6
1.1. Понятие номинации	6
1.2. Экстралингвистическая область одорических номинаций	12
1.3. Классификации запахов и употребление в речи единиц, имеющих значение запаха	19
1.4. Закономерности описания мира на языковом уровне	24
Выводы по Главе I	29
Глава II. Способы выражения категории запаха в современном английском языке	31
2.1. Передача категории запаха в английском языке при помощи существительных	31
2.2. Передача категории запаха в английском языке при помощи прилагательных	36
2.3. Особенности номинации парфюмерных средств в английском языке ...	41
2.4. Особенности перевода на русский язык единиц английского языка, передающих запах	48
Выводы по Главе II	61
Заключение	63
Список использованной литературы	66
Список использованных словарей	70
Список источников фактического материала	71

ВВЕДЕНИЕ

Проблема номинации всегда была одной из основных проблем лингвистики. Теория номинации составляет важную область лингвистических исследований, занимающуюся изучением отражения в языке той картины мира, которая формируется в процессе познания. Акт номинации рассматривается как комплексный речемыслительный процесс, осуществляющий синтез обозначаемой действительности, понятийной формы мышления и языка. Система номинации слов находит свое воплощение во внутренней форме слова, аккумулирующей в себе мотивировочный и классификационный признаки обозначаемого и одновременно потенцию отношений лексической и структурной мотивированности слова. Несмотря на разработанность принципов структурно-семантического описания лексики и на признание антропоцентричности лексической системы и языка в целом, до сих пор в лингвистике существуют вопросы, касающиеся лексики ольфакторной семантики. Главная причина такого «невнимания» к лексике с семантикой запаха – базовое отличие обоняния от всех других подсистем восприятия. Роль информации, получаемой посредством обонятельного анализатора, в жизнедеятельности человека очень важна, поэтому имеется необходимость изучения пласта лексики с семантикой запаха. Анализируемая категория в современном английском языке может выражаться при помощи различных частей речи. В нашей работе мы рассматриваем существительные и прилагательные. **Актуальность** данной выпускной квалификационной работы заключается в необходимости более подробно изучить одорические номинации в связи с недостаточной исследованностью специфики данной лексики в современном английском языке.

Объект исследования – единицы современного английского языка, имеющие значение запаха.

Предмет исследования – номинативные особенности единиц, передающих значение запаха и их функционирование в языке.

Цель исследования – изучить особенности одорических номинаций в современном английском языке.

Задачи исследования:

1. дать определение понятию номинации;
2. провести анализ классификаций запаха;
3. описать лексические единицы, необходимые для выражения категории запах в речи;
4. проанализировать особенности номинации парфюмерных средств в английском языке;
5. рассмотреть особенности перевода на русский язык единиц английского языка, передающих запах.

При написании данной выпускной квалификационной работы мы опирались на такие работы ученых-лингвистов как А. А. Уфимцева, З. А. Харитончик, Е. С. Кубрякова, О. К. Ирисханова, О.В.Афанасьева, З.Д. Попова, М. В. Никитин, и других.

Эмпирическую базу исследования составляют толковые словари, англо-русские словари, а также языковые данные, полученные с сайтов парфюмерной продукции и Национального корпуса русского языка (параллельного подкорпуса).

В комплекс **методов** исследования входят: аналитический, посредством которого изучались и анализировались единицы языка, способствующие передаче категории запаха в речи; описательный метод в целях обобщения полученной из словарей информации об именах существительных и прилагательных; сопоставительный метод, посредством которого сравнивались определения слова «smell» в различных словарях и варианты перевода английских одорических существительных на русский язык; корпусный метод при анализе перевода одорических единиц английского языка на русский язык.

Данная выпускная квалификационная работа имеет практическую ценность, так как может быть использована при изучении особенностей одорических номинаций и их места в современном английском языке в учебном процессе. Работа представляет собой обобщающий анализ и классификацию лексических единиц, имеющих значение «запах». Также работа будет полезна для производителей парфюмерии и маркетологов, так как несет подробный анализ названий парфюмерной продукции.

Данное исследование прошло апробацию в форме доклада «Особенности номинации парфюмерных средств в английском языке» на студенческой научной конференции 13 апреля 2017 г. в НИУ БелГУ.

Структура работы. Данная работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей, списка источников фактического материала. Во Введении раскрываются актуальность, объект исследования, предмет исследования, цель и задачи исследования, обоснование необходимости исследования, указаны ученые-лингвисты, на работы которых мы опирались при выполнении исследования, а также эмпирическая база, практическая ценность и структура работы. В Главе I «Категория запаха в английском языке» рассматриваются: понятие теории номинации, экстралингвистическая область одорических номинаций, классификации запахов и употребление в речи единиц, имеющих значение запаха и закономерности описания мира на языковом уровне. В Главе II «Способы выражения категории запаха в английском языке» изложены способы выражения категории запаха в английском языке при помощи существительных и прилагательных, особенности номинации парфюмерных средств и особенности перевода на русский язык единиц английского языка, передающих запах. В Заключении представлены основные выводы, полученные в результате исследования.

Глава I. Категория запаха в английском языке

1. 1. Понятие номинации

Возникновение и функционирование лексических единиц детерминировано потребностями общения и связано с процессами номинации, то есть процессами названия того или иного объекта, явления, свойства и т. д.

«В языке результаты познавательно-классифицирующей деятельности человека находят свое выражение в системе номинаций, в номенклатуре лексических единиц, представляющих собой номинативные знаки языка» (Уфимцева, 2004: 24).

Теория номинации, создание которой в отечественной лингвистике относится к 70-80 годам, ставит своей целью объяснить, каким образом тот или иной фрагмент действительности получает свое обозначение в языке. Как указывает Е. С. Кубрякова «предмет теории номинации включает как результаты номинации в их статическом аспекте, так и динамический процесс создания имен в живой речи» (Кубрякова, 1978: 13). В последнее десятилетие все больший интерес привлекает именно последний аспект номинации, что связано с актуализацией проблем речевого использования номинативных единиц.

Термин «номинация» по-разному определяется в лингвистической литературе. Это связано с тем, что данным термином обозначается как процесс создания наименования разных фрагментов действительности, так и значимая языковая единица, образованная в процессе называния.

В настоящей работе термин «номинация» используется для обозначения процесса создания наименования.

Попытка объяснить и систематизировать процесс преобразования языковых единиц в речевые, построить систему функционирования языка привела к необходимости объяснить процесс референции знака, то есть процесс соотнесения знака с конкретным обозначаемым в ходе речепорождения.

Н. Д. Арутюнова отмечает, что «проблемы референции, т. е. отношения имени к объекту, им называемому, занимали ученых-философов, логиков и лингвистов – с очень давних времен. Референтность субъекта (принцип предметности, опирающийся на предпосылку существования) составляет одно из условий истинностной оценки суждения. Если имя, представляющее субъект, не соотнесено ни с каким предметом действительности, то суждение вынесено не о чем; оно, следовательно, в принципе не может быть истинным» (Арутюнова, 2009: 179).

«Номинативность означает способность языковой единицы самостоятельно, без помощи окружения выразить, т. е. актуализировать, вызвать в сознании связанный с ними смысл» (Никитин, 2007: 71).

«Отношения номинации соединяют объект и его имя, т. е. элемент предметного мира и элемент языкового кода. Отношения именованности могут соединять не только предмет и его имя, но также понятие (свойство, качество, событие и пр.) и способ его обозначения в языке (слово)» (Арутюнова, 2009: 19).

Номинативность – это свойство некоторых словесных знаков как когнитивных единиц представлять, идентифицировать предметы по их денотатам и выражать понятие о них, т. е. выполнять одновременно две функции – денотативную и сигнификативную.

«Отличительной чертой процесса номинации является многообразие форм, способов, функций. В общих характеристиках процессов номинации, предложенных учеными, особое место занимает разграничение процессов номинации по типу языковых форм и объектов номинации. В зависимости от

используемых языковых форм – слов, словосочетаний или предложений в пределах общей категории номинации выделяют:

- а) номинацию через слово и словосочетание (лексическая номинация);
- б) номинацию через предложение (пропозитивная номинация);
- в) номинацию через текст (дискурсивная номинация)» (Харитончик, 1992: 9).

М. В. Никитин отмечает, что «простые номинативные единицы, сочетаясь по определенным (и надо сказать – весьма сложным) правилам, входят в состав синтаксических структур разной степени сложности и образуют сложные номинативные единицы. С этой точки зрения синтаксические построения любого уровня: словосочетания, предложения, сложные синтаксические целые, тексты – являются номинативными образованиями, так как номинируют заключенный в них смысл» (Никитин, 2007: 74).

З.А. Харитончик утверждает, что «лексическая номинация используется, как правило, для именованя элементов внешнего и внутреннего опыта человека. Объектами лексической номинации или номинантами выступают определенные элементы действительности: предмет, качество, процесс, отношения (временные, пространственные, количественные и т.д.), любой реальный или мыслимый объект. Названные элементы номинации находят выражение в любом языке и формируют объективный фундамент для возникновения основных классов слов, их называющих, – существительных, глаголов, прилагательных, наречий, числительных, различного рода служебных слов» (Харитончик, 1992: 9). В общем реестре языковых единиц слово, называющее предметы, явления реального мира в их обобщенном виде, выступает в языке основным средством номинации.

Н. Д. Арутюнова и А. А. Уфимцева подчеркивают, что «основной особенностью называющих словесных знаков является то, что, в противоположность неназывающим семиологическим классам

(дейктическим, заместителям, связочным и актуализаторам), они способны модифицироваться. Поэтому, если слово допускает при себе наличие какого-либо модификатора, в одних случаях в препозиции, в других в постпозиции, значит это номинативная единица. Например, важная новость, новость огромной важности – явно номинативные единицы» (Арутюнова, Уфимцева, 1980: 53). Тут же Н. Д. Арутюнова и А. А. Уфимцева отмечают, что «между определением и определяемым, независимо от того, какой языковой формой выражается в данном языке признак, между «предметом» и «признаком» устанавливаются бинарные отношения, детерминированные двумя главными экстралингвистическими факторами – отношениями вещей и их свойств в объективной действительности и логикой мышления. Следовательно, если слова не могут выступать в роли определяемого, то они – не номинативные единицы. Действительно, невозможно, например, поставить определения перед словесными знаками относительного указания лиц (я, ты...), <...>, перед словами – связочными и актуализаторами (артиклями и т. п.) (Арутюнова, Уфимцева, 1980: 54).

Другим свойством слов-названий в противоположность предикативным знакам, актуальным предложениям, является их способность к актуализации (Арутюнова, Уфимцева, 1980: 55).

М. В. Никитин говорит по этому поводу: «номинативные единицы сами по себе могут составить высказывание (эллиптические предложения, в определенных случаях также назывные и безличные предложения). Они могут сопровождаться отрицаниями, модальными словами, ограничительными, усилительными и другими уточняющими частицами. Номинативные единицы определенных разрядов могут замещаться в тексте местоимениями. В речи к ним может быть поставлен вопрос и т. д. Все эти особенности обусловлены существенным свойством номинативных единиц – способностью актуализировать в сознании говорящих связанный с ними смысл» (Никитин, 2007: 71).

Таким образом, актуализацией номинативного языкового знака является его переход из идеальной системы, из виртуальных словесных знаков в практическую речь.

«Способность слов как номинативных единиц к актуализации их семантики обусловлена не только характером знакового их значения, членение содержания слова как виртуального вызвано необходимостью «перевода» системных номинативных значимостей в актуальные конкретные единицы речи – высказывания, создаваемые для выражения новой информации, нового смысла» (Арутюнова, Уфимцева, 1980: 56).

Рассмотрев способы номинации, далее перейдем к описанию типов номинации. Под типами номинации обычно понимается характер указания именем на действительность, использование языковых элементов и единиц в их основной, первичной функции, то есть непосредственно в целях того, чтобы эти единицы были специально созданы, или же в других номинативных целях. Принято различать первичные и вторичные номинации. «Форма, которая используется в своей первичной функции (т. е. основной функции элемента, для выражения которой он был создан) для обозначения данного объекта в данных условиях, называется первичной номинацией» (Гак, 1998: 321). З. А. Харитончик отмечает, что «создание для каждого отдельного объекта, явления или отдельного класса объектов, явлений, свойств, отношений и т. д. отдельного, только ему присущего обозначения повлекло бы за собой возникновение чрезвычайно громоздкой и соответственно неудобной в применении лексической системы» (Харитончик, 1992: 10). Так, одна и та же форма может приспособливаться для обозначения, помимо уже обозначенных ею, каких-то иных объектов, действий, процессов, явлений, свойств, признаков и выполнения каких-то иных функций. Таким образом, происходит процесс вторичной номинации.

Номинативность выступает как способность языковой единицы представлять связанное с ней понятие в чистом виде, в отвлечении от его возможных связей, в отвлечении от всякой синтаксической специализации в

качестве компонента сложных номинативных структур. Так способность к номинации в наибольшей мере проявляется у имен существительных. «Номинативность свойственна и всем классам признаковых (предикатных) слов – прилагательным, глаголам, наречиям, хотя мысль о том или ином понятии у них уже изначально осложнена указанием на их признаковое отношение к чему-либо. Напротив, служебным словам или морфемам номинативность мало свойственна и, если прослеживается у них, то только в ослабленном виде и только у тех из них, что имеют живую генетическую связь с знаменательными словами» (Никитин, 2007: 73).

М. В. Никитин подчеркивает, что в грамматической парадигме знаменательного слова, если таковая у него есть, наибольшую номинативность проявляет та форма, в которой нейтрализуются оппозиции, представленные в парадигме. Эта форма и представляет собой слово в словаре. Такой является, например, у русских существительных форма единственного числа именительного падежа (Никитин, 2007: 73).

Таким образом, под номинативностью понимается способность языковой единицы выразить связанное с ней содержание независимо от сочетаний с другими единицами, способность единицы служить в качестве средства инвентаризации понятий.

Разграничение процессов номинации по типу языковых форм и типам номинации вызывает особый интерес. Выделяют следующие языковые формы:

- 1) номинацию через слово и словосочетание;
- 2) номинацию через предложение;
- 3) номинацию через текст.

Однако слово выступает как основная, главная и ведущая единица номинации, по отношению к которой все другие единицы оказываются производными или вспомогательными. Под типами номинации подразумевается обычно характер указания именем на действительность. Традиционно различают первичные и вторичные номинации.

Основными особенностями называющих словесных знаков являются их способность модифицироваться и способность к актуализации. Степень номинативной способности у разных лексико-грамматических классов слов различна: имена существительные, так же как и словосочетания с главным словом существительным наиболее специализированы в номинирующей функции, тогда как служебным словам или морфемам номинативность мало свойственна.

Существует множество различных факторов, которые влияют на процесс номинации единиц лексической системы. В данной работе мы рассматриваем процесс особенностей номинации единиц современного английского языка, имеющего значение запаха. Мы проанализировали теоретические данные особенностей процесса номинации, форм и типов номинации. Выделяют два основных вида факторов номинации: внеязыковой (внешний, экстралингвистический) и языковой (внутренний, лингвистический, интралингвистический).

Мы рассмотрели специфику языковой системы и процесса номинации конкретного языка, которую составляют интралингвистические факторы, обусловленные словообразовательным, морфологическим и синтаксическим строем языка. Далее, следует изучить все остальное, что не имеет отношения к внутренней структуре языка, т.е. рассмотреть каким образом запах влияет на человека, структуру и характеристику запаха.

1.2. Экстралингвистическая область одорических номинаций

Запах имеет сильное влияние на человека. Воздействие запахов на нас происходит на физическом, психологическом и социальном уровнях. Мы вдыхаем окружающие нас ароматы, не осознавая их важность для нас. Только тогда, когда нарушается наша способность различать запахи, мы

начинаем понимать, сколь важную роль обоняние играет в нашей жизни. Один человек, который потерял обоняние из-за травмы головы, описал это состояние следующим образом: «Когда я потерял [восприимчивость к запахам], я будто ослеп. Изрядная часть вкуса к жизни ушла вместе с обонянием. Мы даже не представляем себе, насколько этот самый «вкус» состоит из запахов. Мы ощущаем запах людей, запах книг, запах города, запах весны... Быть может, мы не фиксируем эти ощущения, однако они составляют исключительно важный бессознательный фон, на котором разворачивается жизнь. Весь мой мир неожиданно потерял львиную долю прежнего богатства» (Sacks, 1987: 159).

Запах может вызывать сильные эмоциональные реакции. Запах, связанный с хорошими моментами жизни может поднять настроение. Неприятный запах, связанный с плохими воспоминаниями может вызвать физический дискомфорт и отвращение. Восприятие запаха, таким образом, заключается не только из ощущения запахов, но и впечатлениях и эмоциях связанных с ними (Engen, 1990).

Невзирая на огромную важность, которую имеет обоняние человека в эмоционально-сенсорном восприятии, современная западная культура не уделяет ему должного внимания.

Число клеток, отвечающих за обоняние в носу человека, в несколько раз превосходит число клеток, отвечающих за другие органы чувств. В носу их 60 миллионов, количество, которое в 6 раз превышает число вкусовых клеток, расположенных в ротовой полости. Так как носовые мембраны, напрямую связаны с ротовой полостью, запахи представляют собой сочетание обонятельных и вкусовых ощущений. Это свойство четко проявляется в английском языке, где за исключением слов *smell* «запах» и *taste* «вкус», есть еще слово *flavor*, которое в то же время обозначает и то, и другое.

Человек способен качественно определить более 17 тысяч запахов и всего лишь 73 болевых ощущения (Бруд, 2000: 98). Канадский ученый Р. Х.

Райт утверждает, что интеллект во время эволюции всего живого на Земле зародился как аппарат, предназначенный для обработки сигналов от химических веществ первобытного океана. Когда же выходцы из моря заселили землю, носителем пахнущих веществ стал воздух. Обоняние в те времена играло в жизни животных организмов, большую роль, чем все остальные органы чувств. Когда приматы населили леса, то им в большей степени, чем обоняние, понадобилось зрение – для лазания по деревьям и, вообще, для ориентации в трехмерном пространстве. У человека прямоходящего ноздри расположены таким образом, что направлены вниз. Он не нуждается на этом этапе в быстром, прямом получении информации от ветра – приносящего запахи «инструмента». Считается, что в жизни современного человека обоняние играет совсем незначительную роль. Но, все это от того, что мы просто не осознаем, насколько велико его значение. Ведь, аромат проникает в организм человека, не задевая сознания (Райт, 2006: 346).

Для преобладающего количества людей, запах представляет собой относительно слабо дифференцированное, совокупное ощущение, потому что он детерминируется общим эффектом от раздражения рецепторов обоняния и нервов. Процесс обоняния – это неотъемлемый процесс жизнедеятельности, как человека, так и животных, поэтому данный процесс является объектом активного изучения различных областей наук. Среди них выделяют следующие:

1. Биология и медицина – проведение значимых фундаментальных исследований.
2. Нейрофизиология – изучение перцептивного аппарата.
3. Химия и физика – обращение к проблеме сенсорного разграничения (в частности между чувствами обоняния и вкуса). В этих областях науки на создание искусственных эквивалентов натуральных ароматов для пищевой и парфюмерной промышленности направлены разнообразные прикладные исследования.

4. Психология – исследование сильных эмоциональных реакций, в частности эффективность обоняния как «пускового механизма» памяти.

5. Антропологические исследования – рассмотрение всевозможных систем классификации и эстимации запахов.

6. Лингвистика – рассмотрение вопроса о лексическом составе, то есть о словесной кодировке двух обонятельных феноменов, а именно о дефиците терминологии.

7. Литература, где многие или даже все вышеперечисленные стороны проблемы объединены в рамках универсальных вопросов репрезентации, интерпретации, риторических стратегий и эстетики (Беляков, 2001).

Чтобы объект обладал запахом как свойством, он должен находиться в состоянии взаимодействия с обонятельным анализатором приемника (Артюнова, 2002: 370). Взаимодействие имеет материальную природу и всегда предполагает наличие отображаемого и отображающего объектов, которые в следоведении принято называть следообразующими и следовоспринимающими. Следовательно, любой материальный предмет может быть обнаружен и определен по запаху при наличии соответствующего прибора-анализатора (Житков, 2004: 60).

Восприятие запаха зависит не только от физических свойств объектов-источников запаха. Это связано с индивидуальными особенностями биологического анализатора, либо с конструктивными особенностями смоделированного технического устройства и пороговой концентрацией пахучего вещества.

Запахи играют более важную роль в жизни человека, чем предполагалось ранее. Ученые считают, что улавливание запаха – отличительная черта не только животного мира. Люди также могут распознавать разнообразные запахи и ароматы, связывать их с различными жизненными событиями. Наше подсознание черпает информацию из мира запахов, расшифровывает, объясняет и дает результат проделанных

операций. Именно поэтому некоторым людям нравится находиться в пекарне, где запах хлеба вызывает воспоминания о спокойном и безмятежном детстве. Аромат выпечки к тому же поднимает уровень продаж в продуктовых магазинах.

Запахи также могут вызвать и негативные эмоции. Для большинства людей запахи подземных станций метро связаны со столпотворением в час пик или ежедневными утомительными поездками. Таким образом, тот или иной запах может подсознательно вызывать отрицательные эмоции, и даже стрессы.

Каждый человек способен считывать информацию о другом человеке по запаху. Если при первой встрече человек вызывает отторжение, а видимых причин для этого нет, то возможно его запах не понравился вашему носу. Как утверждают исследователи из Северо-Западного Университета США, способность человека получать и анализировать запахи собеседников, похожа на способность собак. Такими выводами ученые поделились с *Washington Profile*. Ученые уверенно заявляют, что значение запахов в жизни человека было недооценено (Лакофф, 2004: 554). Немалый интерес американских ученых к этой области, поднял научные знания о запахе и человеке на новый уровень. Простым экспериментом удалось доказать, что восприятие запахов у мужчин и женщин неодинаково. Женщины уделяют запахам большее внимание, чем мужчины.

Факт того, что определенные запахи воздействуют на состояние и здоровье человека был обнаружен еще в глубокой древности. Небезызвестно, что пещерный человек для того, чтобы защитить себя пропитывал одежду дымом костра, потому что запах гари всегда создает ощущение страха и тем самым отпугивает диких животных. Жрицы древнеегипетских храмов в совершенстве владели искусством приворота мужчин с помощью приготовленных ими ароматических отваров. Индийские брамины носили на поясе пузырьки с уникальными благовониями, для того, чтобы в ходе радостных событий прикладывать их к носу. Сильный запах, таким образом,

связывался с радостными чувствами. И в трудные дни было достаточно открыть сокровенный пузырек, чтобы хорошие и позитивные воспоминания нахлынули с необычайной яркостью.

Эти феноменальные свойства запахов были поставлены на службу массового общества лишь с недавних пор (Jackendoff, 2004).

Японская компания «Симицу» посредством ароматов предлагает решать вопрос производительности труда и снижения стрессов. Проведенные ею исследования показали, что применение запахов позволяет управлять человеком. Например, если человек подышит запахом лаванды или жасмина, то и количество ошибок при монотонной работе снизится почти в два раза. Запахи эвкалипта возбуждают человека и повышают его производительность, запахи лимона – снимают усталость, а запахи герани и бензола обостряют слух (Лакофф, 2004: 558). В наши дни постоянно появляются десятки искусственных запахов. И возможно, благодаря современным технологиям, обоняние, чувство, признаваемое атавизмом, снова станет одним из ведущих чувств человека. (Бруд, 2006: 43)

Однако факт остается фактом: человечество открывает для себя мир запахов в новом витке. Сущность восприятия, дошедшая из глубины веков, остается прежней: хороший запах – это безопасность, спокойствие, плохой – отторжение, страх, тревога. Данная парадигма вынуждает современного человека, который зависит от общества, превращать запах в символический сигнал о готовности к взаимодействию и совместной работе. Таким образом, чем более запах приятен для общества, тем больше у вас шансов на расположение с их стороны.

В возрасте до 35 лет мужчины и женщины лучше всего ощущают запахи древесных смол, липы, теста, сена, меда. Женщины переносят хуже мужчин запахи дезинфекции и ряда химикатов. Однако женщины более терпимы к неприятным бытовым запахам. Около 80% опрошенных заявили, что у них улучшается настроение, когда они вдыхают ароматы яблок, хвои, мать-и-мачехи, морской соли (Бруд, 2006).

Запахи ландыша и фиалок практически у всех вызвали позитивные эмоции. Значительно меньше нравится аромат черемухи – ее запах нередко вызывает головные боли. Беспокойство, раздражение, приступы тошноты у многих вызвали запахи плесени, стоялой воды, болота. Своеобразная реакция отмечается к ромашке, мяте, свежескошенной траве у детей в возрасте до 15 лет. Проведенные тесты, результаты которых показали, что после нескольких часов, проведенных в комнате с этими запахами, даже у слабых учеников ход мыслей становился быстрее и логичнее (Бруд, 2006).

Отмеченные закономерности связаны с образом жизни и личными переживаниями людей. Например, легкий аромат нарциссов и фиалок многих анкетированных настраивал на сентиментальный лад. Аромат жасмина и сирени вызывает чувство покоя, а то и апатии. Обратный эффект у садовых лилий и орхидей – они действуют возбуждающе и у некоторых людей даже притупляют восприятие реальности. Зато аромат розы почти у всех вызывает не только приятное чувство удовлетворенности, но и желание активной деятельности. Запах прелой листвы, особенно на свежем воздухе, навеивает легкую грусть. Следует отметить, что тот или иной запах может вызвать у человека воспоминание о каком-то заметном событии в жизни по ассоциативному признаку – скажем, запах определенных духов воскрешает память о любимой женщине или мужчине. Запах морских водорослей – об отдыхе у моря (Ирисова, 2000: 32).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что процесс номинации единиц современного английского языка, имеющего значение запаха, происходит с учетом человеческого фактора. Субъективная целеустановка называющих играет немаловажную роль. Процесс номинации одорических единиц напрямую связан с особенностями восприятия запаха человеком. Человек в процессе восприятия запаха подсознательно подразделяет запахи на приятные и неприятные и подбирает соответствующее слово для описания своих ощущений. Однако классификация запахов является достаточно сложным процессом, поскольку опирается на субъективную оценку

индивида, которая зависит от возраста, психологического и эмоционального состояния, стиля восприятия и т.д. Поэтому были разработаны многочисленные критерии для классификации запахов. Далее необходимо рассмотреть самые популярные системы запахов.

1.3. Классификации запахов и употребление в речи единиц, имеющих значение запаха

В научной сфере совершалось немалое количество попыток разработки универсальной системы классификации запахов, которая бы охватывала все их разнообразие. В 18 веке ботаник-систематик из Швеции, Карл Линней, разработал одну из первых вспомогательных систем для классификации растений. Вышеупомянутая система включала 7 категорий запахов. Но самая популярная система была разработана нидерландским отоларингологом Хендриком Звардемакером, который предложил углубленную и преобразованную им схему Карла Линнея в своей классической монографии «Физиология запаха», опубликованной в 1895 г. Система Звардемакера имела отличия от работы Карла Линнея и они заключались в том, что в ней появились два новых класса запахов и подразделение каждого класса на подклассы. Она считалась общепринятой и в XX веке. В данной общепринятой системе запахи объединены в девять классов:

- 1) эфирные (фруктовые и винные запахи);
- 2) ароматические (пряности, камфара);
- 3) бальзамические (цветочные запахи; ваниль);
- 4) амбромускусные (мускус, сандаловое дерево);
- 5) чесночные (чеснок, хлор);
- 6) пригорелые (жареный кофе, креозот);
- 7) псиные или каприловые (сыр, протухший жир);

8) отталкивающие (клопы, белладонна);

9) тошнотворные (фекалии, трупный запах) (Ирисова, 2000: 127).

Среди других классификаций запахов наибольшей известностью пользуются три системы. Система запахов, разработанная немецким психологом Х. Хеннингом, определяет шесть основных запахов: ароматные, эфирные, пряные, смолистые, жженные и гнилостные – по одному в каждой вершине треугольной призмы (Кондаков, 2007).

В системе Крокера-Хендерсона выделяются лишь четыре основных запаха: ароматный, кислый, горелый и каприловый (или козлиный) (Кондаков, 2007). Джон Эймур разработал стереохимическую модель, в которой семь запахов являются основными: камфарный, эфирный, цветочный, мускусный, перечной мяты, едкий и гнилостный (Путято, 2001). Следует подчеркнуть, что ни одна классификация запахов не стала объектом всеобщего признания по большому счету потому, что ни одна из систем не учитывала возможное привнесение субъективных и ассоциативных элементов.

Парфюмерное дело является наиболее ярким примером профессии, представители которой всю свою жизнь посвящают изучению свойств запаха, а также нахождению новых его видов (Артемова, 2000: 241).

В 1990 году Французское Парфюмерное Сообщество, возглавляемое известным парфюмером дома «Jean Patou», Жаном Керлео, выделило семь основных парфюмерных типов, которые в свою очередь образуют весьма разветвленные «семьи» ароматов. Парфюмерный тип представляет собой общее впечатление, которое производит аромат, вследствие использования тех или иных нот. Следует отметить, что данные семь самых основных типов стабильно пополняются новыми ответвлениями. Ниже указаны самые основные:

1. Цитрусовые. Данный парфюмерный тип подразумевает аромат эфирных масел, которые образуются путем выжимания цедры лимона,

бергамота, грейпфрута, апельсина, мандарина и т.д. Первые женские духи и мужские одеколоны находятся в данном семействе.

2. Цветочные. Этот парфюмерное семейство принято считать самым важным, т.к. оно вбирает в себя духи, основной темой которых является цветок: жасмин, роза, ландыш, сирень, фиалка, нарцисс, тубероза и другие.

3. Древесные. В это парфюмерное семейство входят духи с теплыми оттенками как сандал, пачули, мускус, а также сухими, как ветивер и кедр. Такие ароматы чаще встречаются в мужских одеколонеах.

4. Амбровые. В группу амбровых духов, которую еще называют восточными, входят композиции с мягкими, пудровыми, ванильными и ярко выраженными животными нотами. Наиболее представительным в этой категории считается подсемейство с мягким амбровым запахом.

5. Кожа. Данное семейство предполагает духи с сухими нотами, которые передают отличительный запах кожи (дым, сожженное дерево, табак) с «головными» цветочными оттенками. Духов такого своеобразного семейства немного.

6. Шипры. Название данного семейства идет от духов, которые Франсуа Коти назвал так при их выпуске в 1917 году. Популярность этого шипра была такой, что он возглавил крупное семейство, включающее в себя, в большей степени, аккорды дубового мха, ладаника-лабданума, пачули, бергамота.

7. Папоротники. Следует отметить, что название семейства не имеет никакого отношения к запаху папоротников. Характеризуется аккордом из нот лаванды, древесных, дубового мха, кумарина, бергамота (Баранова, Пучкова, 2005).

Существует еще одна классификация, которая выделяет шесть групп запахов:

1. Растительные. В эту группу входят ароматы свежескошенной травы, цитрусовых, растений, листьев деревьев, ароматных цветов и спелых

зеленоватых овощей. Кроме того для данной группы характерны нотки зелени, которые используются для придания легкого свежего аромата.

2. Альдегидные. Такие запахи не имеют ничего общего с природными ароматами. Представляют собой исключительно синтетические запахи. Эти удивительно свежие запахи придают некоторую изысканность пряным, древесным, а также цветочным ноткам.

3. Восточные. Такие запахи принято считать самыми смелыми. Они одурманивают запахом ванили, сандалового дерева, корицы и различных специй. Зачастую нотки восточных запахов используются в качестве нижних ноток других духов в целях усиления их стойкости.

4. Шипры. Шипры вмещают в себя как современные, так и традиционные сочетания запахов мхов и деревьев, которые придают глубину и теплоту духам. Следует отметить, что в данную группу входят практически все запахи для мужчин.

5. Цветочные. Данная группа запахов является самой популярной, так как представляет собой широкое разнообразие ароматов: от женственных и ветренных до насыщенных и романтических. Цветочные духи можно использовать в любое время года. Следует упомянуть, что цветочные духи способны создавать образ одного цветка или целого букета. Как правило, цветочные ароматы сладковатые, ненавязчивые или фруктовые. Кроме того существуют совместные композиции растительных, фруктовых и цветочных запахов.

Анималистические. Анималистические или как их еще называют, звериные нотки, часто используются в духах, чтобы придать им чувственности и большей стойкости запаха. Данный тип запахов очень легко распознать по его характерному теплому аромату мускуса и по наименованию, в котором обязательно будет слово «мускус» (Баранова, Пучкова, 2005).

Несмотря на то, что человеческое обоняние может различать сотни тысяч различных запахов и в этом отношении сопоставимо со зрением и

слухом, ни в одном из языков мира, кажется, нет классификации запахов, подобной, к примеру, цветовым классификациям. Понятие запаха включает лишь общие термины для таких субкатегорий, как «зловоние» и «благоухание» (Риндисбахер, 2000: 132).

К причинам малочисленности лексических единиц, обозначающих запах можно отнести следующие: во-первых, недостаточность словаря для передачи обонятельных ощущений. Во-вторых, выделяют лексические субкатегории «зловония» и «благоухания»: в человеческой коммуникации мир запахов обладает биполярной структурой, и пространство между этими двумя полюсами практически пусто. Несмотря на нехватку специального языка для чувства обоняния, выделяют две стороны его обозначения. С одной стороны, это конструкции типа «запах чего-либо». В ней находят отражение пространственно – временная близость объекта и его обонятельная сторона, они соотнесены метонимически. Число языковых выражений здесь равняется числу объектов восприятия и никакого распределения их по категориям не происходит. С другой – категории хорошего/плохого или приятного/неприятного запаха, здесь все обонятельные ощущения разделены на две части, то есть могут относиться лишь к одной из двух категорий: либо они хороши, либо плохи. Эта простейшая бинарная классификация выражает метафорическое отношение (Карасик, 2000: 187).

Все вышеуказанные классификации представляют особенности определенной схожести пахучих веществ, принимая за основу количественные или качественные характерные черты, внешние или внутренние признаки. Сложность передачи в речи единиц современного английского языка, имеющих значение запаха, определяется в первую очередь нехваткой лексических единиц для обозначения запаха, в связи с этим, многие прилагательные для определения запаха были взяты из числа тех, которые определяют вкус. К причинам малочисленности лексических единиц, обозначающих запах можно отнести недостаточность словаря для

передачи обонятельных ощущений и наличие только двух лексических подкатегорий «зловония» и «благоухания».

1.4. Закономерности описания мира на языковом уровне

Для описания мира на языковом уровне необходимо определить, что из его восприятия может выражаться в языке, и каким закономерностям это выражение подчиняется. Во-первых, должны быть названы те ощущения, возникающие при непосредственном контакте с объективным миром, о которых нам хочется сообщить. Во-вторых, номинируя наши чувственные ощущения, мы одновременно оцениваем окружающую действительность, и оцениваем ее двояко: объективно (то есть пытаемся соизмерить наши ощущения с чужим опытом и знаниями о мире) и субъективно (в соответствии со своими индивидуальными особенностями). Для исследования описания окружающего мира на языковом уровне могут быть использованы аспекты, относящиеся к восприятию окружающего мира с помощью пяти внешних органов чувств: зрения, слуха, осязания, обоняния и вкуса, известные как модусы перцепции (Рузин, 1994).

Признаки, которыми характеризуются индивидуальные предметы, бесконечно разнообразны по своим особенностям, поэтому наше сознание в процессе осмысления (и названия впоследствии) реально воспринятого признака осуществляет его обобщение, типизацию. Обобщение происходит в ходе мысленного соотнесения воспринятого органами чувств признака с имеющимся в сознании «эталоном», «точкой отсчета», «нормой», особой для каждой разновидности признаков (параметрических, цветовых, вкусовых, обонятельных и т.д.) и для каждого класса предметов.

«Эталон» или «точка отсчета» – это представление, с которым соотносится реальный воспринимаемый органом чувства признак реального

предмета. Понятие «эталона», «точки отсчета» не является ни абсолютно объективным, ни абсолютно субъективным, оно имеет субъективно-объективный характер. Абсолютная субъективность «точки отсчета» невозможна хотя бы потому, что тогда значение употребляемого говорящим прилагательного было бы непонятно собеседнику, так как у каждого из них была бы своя «точка отсчета». Человек воспринимает мир избирательно и, прежде всего, замечает отклонения от нормы, от эталона. Применительно к перцепции запаха следует отметить, что само понятие «запах» изначально является своего рода аномалией, так как эталоном здесь служит понятие «воздух», а различные проявления отклонения от нормы, то есть запахи, лишь характеризуют данное явление. Всем ненормативным, редким и необычным явлениям обеспечен прямой выход в лексику. Словарный состав языка, едва ли не в большей мере, отражает патологию, чем норму. Фиксация отклоняющихся явлений и патологических свойств весьма эффективно служит целям идентификации объектов, их выделению из классов им подобных. Обозначая объект, человек делает выбор не из бесконечного множества его нормативных свойств, а из малого числа индивидуальных признаков. Информация обонятельного характера обладает рядом особенностей. Далее рассмотрим те особенности, которые представляют наибольший интерес для нашего исследования.

Специфика одорических прилагательных объясняется непосредственной близостью пахнущего объекта к человеку как субъекту ситуации/события обонятельного восприятия. Поэтому налицо явление антропоцентризма, суть которого заключается в том, что лингвистические явления рассматриваются с учетом позиции человека и его ближайшего окружения. Проанализируем это подробнее.

Во-первых, обоняние является одним из самых древних видов чувствительности, обонятельного восприятия вне субъекта не существует, все запахи эмоционально окрашены, «безразличных» запахов не бывает, а ситуация обонятельного восприятия всегда оценочна. Действительно, как

постулирует Е.С. Кубрякова, «в понимание мира «как он есть» всегда мощно вторгалась оценка, точно так же, как в познавательные процессы всегда включались эмоции, а, следовательно, происходящее на уровне сознания формирование ментальных репрезентаций и концептуальных структур всегда происходило под влиянием субъективных факторов» (Кубрякова, 1997: 292).

Во-вторых, именно запахи быстрее всего пробуждают память, но не логическую, а эмоциональную. Такие номинации у каждого отдельного носителя языка могут вызывать свой ассоциативно-эмоциональный ряд, в том числе и представление о конкретных запахах: *the smell of the years at college* (запах лет, проведенных в колледже); *the smell of their honeymoon* (запах их медового месяца); *the smell of his boyhood* (запах его детства).

С вербальными же процессами связь сферы обоняния сравнительно слабая (Карасик, 2002: 148). И это третья особенность обонятельной перцепции. Психологами убедительно доказывается, что при идентификации запаха трудности возникают не столько из-за несовершенства обонятельной системы человека (которая достаточно совершенна), сколько из-за трудности извлечения названия запаха из памяти. Более того, восприятие запахов, как считают психологи, менее всего опосредовано социальными и культурными факторами в отличие от восприятия других стимулов и зависит не только от собственных качеств одоранта (запаха), но и от состояния воспринимающего субъекта (Арутюнова, 1988: 15). Следовательно, трудно говорить о понятии нормы оценки запаха, о мотивировке этой оценки. Но можно говорить об относительности этой оценки, о большей ее субъективности относительно каких-либо других оценок (этических, эстетических и др.). Как правило, отношение к определенному запаху формируется на всю жизнь и вызывает в течение жизни одни и те же эмоции. Самая общая классификация языковых оценок может быть представлена в виде шкалы с тремя основными делениями (+, 0, -), т.е. соответственно, положительная, нулевая и отрицательная оценка. Положительный и отрицательный компонент в значении лексических единиц неоднороден. Его семантическая специфика

зависит от оснований оценок, в данном случае, от тех параметров, по которым субстанция запаха «вычленяется», актуализируется восприятием человека из общего фона окружающей его действительности и, сообразно коммуникативным потребностям, номинируется и характеризуется одновременно.

В основе частей речи, рассматриваемых с когнитивной точки зрения, лежат определенные концепты: концепт объекта (предмета, целостности), концепт / концепты его атрибутов, концепты действия с объектами, концепты пространства и изменения местоположения объекта в пространстве, то есть концепты, которые можно считать входящими в число «архетипов коллективного сознания, универсальных для всего человечества» (Кубрякова, 1997: 73). Концепт признака (атрибута) лежит в основе имени прилагательного. Исходя из того, что признак категория несамостоятельная, исследовать его приходится через связь кодирующих его языковых единиц, в типичных лексико-семантических структурах фразеосочетаниях, под которыми мы понимаем любой вид сочетания лексем от «свободного» до идиомы (Копыленко, Попова, 1989). Обращая особое внимание на оценочный потенциал атрибутивных лексем, мы ограничились одним типом фразеосочетаний: A+N, где A –качественное прилагательное, в семантике которого репрезентируется концепт признака запаха, а N – существительные *smell, odor, flavour*, называющие данную физическую субстанцию.

Качественные прилагательные, выступающие как показатель оценки, образуют несколько группировок, указывающих на различный тип оценочной квалификации. Прежде всего, следует разграничить общеоценочные и частнооценочные прилагательные (Арутюнова, 1988). Очевидно то, что собственные свойства объекта часто не лишены субъективного аспекта. Прилагательные, характеризующие запах и сочетающие в своей семантике оценочный смысл с дескриптивным, безусловно, относятся к разновидности частнооценочных. Анализ английских высказываний с атрибутивно-субстантивными

фразеосочетаниями гедонистической оценки, описывающими запах, как нельзя лучше демонстрирует общую тенденцию языка к объективации аксиологических переноса оценки с субъективных категорий на объективные, ощущения на его причину. Человеку полезнее знать, что вызывает приятное или неприятное ощущение, чем характеризовать свое ощущение как приятное или неприятное. Без указания на каузатора ощущения суждение гедонистической оценки терпит информативный ущерб. Отсутствие же упоминания того, что оценка, в конечном счете, относится к ощущению, не ущемляет смысла высказывания. Это вытекает из значения прилагательных *pleasant/unpleasant* (приятный и неприятный), *fragrant/stinky* (ароматный и зловонный).

Как мы уже отметили, аксиологические значения представлены в языке двумя основными типами: общеоценочным и частнооценочным. Первый тип реализуется прилагательными *good/bad* (хороший и плохой), а также их синонимами с разными стилистическими и экспрессивными оценками, например: *terrific, excellent, great, marvelous, terrible, horrible, awful* (прекрасный, превосходный, великолепный, замечательный, скверный, ужасный, дурной и др.) Эти прилагательные выражают холистическую оценку, аксиологический итог. Вторая группа более обширна и разнообразна. В нее входят значения, дающие оценку одному из аспектов объекта с определенной точки зрения. Исходя из этого, частнооценочные значения могут быть разделены на несколько категорий, в одну из которых и входят сенсорно-вкусовые или гедонистические оценки: *pleasant/unpleasant* (приятный/неприятный), *tasty/untasty* (вкусный/невкусный), *fragrant/stinky* (душистый/зловонный) и др. Это наиболее индивидуализированный вид оценки, который ориентирует человека в природной и социальной среде, способствуя его аккомодации, достижению комфортности. Такая оценка прямо проистекает из того ощущения, которое, независимо от воли и самоконтроля, испытывает человек.

Выводы по Главе I

1. Способность языковой единицы выразить связанное с ней содержание самостоятельно, т.е. независимо от сочетаний с другими единицами, а также способность языковой единицы выступать в качестве средства инвентаризации понятий называется номинативностью. Слово выступает как основная, главная и ведущая единица номинации, по отношению к которой все другие единицы оказываются производными или вспомогательными. Главными особенностями называющих словесных знаков принято считать их способность к актуализации и способность модифицироваться.

2. Процесс номинации единиц современного английского языка, имеющих значение запаха, происходит с учетом человеческого фактора. Немаловажную роль играет субъективная целеустановка называющих. Процесс номинации одорическими единицами напрямую связан с особенностями восприятия запаха человеком. В процессе восприятия запаха человек подсознательно подразделяет запахи на приятные и неприятные, при этом подбирая соответствующее слово для описания своих ощущений.

3. Категория запаха, включающая в себя достаточно много свойств явления или объекта, которые обладают меньшей значимостью, т.е. являются второстепенными, а также индивидуально окрашенные свойства, приемлемые для одного человека, однако неприемлемые для другого, представляет собой довольно широкое и всеобъемлющее понятие.

4. Многие ученые занимались разработкой классификаций запахов, пытаясь создать универсальную классификацию. Самой известной и общепринятой классификацией уже в течение целого века считается система, разработанная нидерландским отоларингологом Хендриком Звардемакером, в которой выделяется девять классов запахов.

5. Основной трудностью при передаче единиц современного английского языка, имеющих значение запаха, в речи является дефицит лексики для обозначения запаха. К причинам малочисленности лексических единиц, обозначающих запах можно отнести недостаточность словаря для передачи обонятельных ощущений и наличие только двух лексических подкатегорий «зловония» и «благоухания». Существует две стороны обозначения чувства обоняния: конструкции типа «запах чего-либо» и категории хорошего/плохого или приятного/неприятного запаха.

6. Признаки, которые характерны для индивидуальных предметов, довольно разнообразны по своим особенностям, поэтому наше сознание в процессе осмысления (и названия впоследствии) реально воспринятого признака осуществляет его типизацию. Понятие «эталона», «точки отсчета» имеет субъективно-объективный характер. Абсолютная субъективность «точки отсчета невозможна хотя бы потому, что тогда значение употребляемого говорящим прилагательного было бы непонятно собеседнику, так как у каждого из них была бы своя «точка отсчета». Качественные прилагательные формируют ряд группировок, указывающих на различный тип оценочной квалификации. Выделяют общеоценочные и частнооценочные прилагательные.

Глава II. Способы выражения категории запаха в современном английском языке

2.1. Передача категории запаха в английском языке при помощи существительных

В английском языке существует несколько существительных, передающих категорию запаха в устной речи и на письме, которые и формируют семантическое поле существительного smell, являющегося ядром категории «запах». Каждое из этих слов имеет свои специфические особенности, отличающие его от главного слова. К семантическому полю существительного smell относят: odor, scent, aroma, fragrance, perfume, stench, stink, reek. Рассмотрим каждое из них (дефиниции и примеры употребления взяты из Cambridge Dictionary):

Smell – the ability to notice or discover that a substance is present by using your nose.

«Smell is one of the five senses».

«Dogs have a very good sense of smell».

Odor – a particular smell, esp. a bad one:

«The musty odor of a damp cellar».

Reek – a strong unpleasant smell.

«The room was filled with the reek of stale beer».

Stink – a strong unpleasant smell.

«The stink of rotting seaweed was strong along the seashore».

Stench – a strong, unpleasant smell.

«The stench of rotting fish».

«For some time after the minister's resignation, the stench of scandal hung over the government».

Scent – a pleasant natural smell.

«The scent of roses».

Scent – a smell produced by an animal that acts as a signal to other animals.

«The hounds had lost the scent of the fox near the river».

Aroma – a strong, pleasant smell, usually from food or drink.

«The aroma of freshly baked bread».

Fragrance – a sweet or pleasant smell.

«The delicate fragrance of roses».

Fragrance – a liquid that people put on their bodies to make themselves smell pleasant.

«A brand new fragrance for men».

Perfume – a liquid with a pleasant smell, usually made from oils taken from flowers or spices and often used on the skin.

«What perfume are you wearing?»

«She adores French perfume».

Perfume – a pleasant natural smell.

«The perfume of the roses filled the room».

Имена существительные, являясь членами рассматриваемой категории, принадлежат ей на основе фамильного сходства – принципа, введённого в лингвистику Л. фон Витгенштейном (Витгенштейн, 1994). Их можно разделить на два синонимических ряда:

1) Odor – Reek – Stink – Stench

2) Scent – Aroma – Fragrance – Perfume

Существительные stench и scent, reek и perfume, которые связаны антонимическими отношениями, следует анализировать как членов одной категории на основе принципа фамильного сходства. Иначе говоря, имя существительное scent в своём значении обладает сходными компонентами не только с существительными, которые обозначают приятные ароматы perfume, fragrance и aroma, но и с именами существительными stench, stink и reek, обозначающими неприятные запахи. Существительное perfume

обладает такими же свойствами как субстантив *fragrance*, который имеет сходные черты и свойства с именем существительным *aroma* и т. д. В то же время существительные *perfume* и *reek* между собой могут не иметь ничего общего или совсем небольшое сходство в значениях. Поэтому, многие субстантивы, имеющие значение запаха пересекаются между собой. На базисном уровне, кроме основного существительного *smell*, имеется и лексическая единица *odor*. Данный факт можно расценивать как тенденцию, современного английского языка, то есть наличие двух ключевых единиц в ядерной части семантического поля характерно и для других категорий (*large/big, broad/wide* и др.).

Характеристика обонятельного ощущения, выражаемого единицами базисного уровня (*odor* и *smell*) показала, что они могут использоваться в целях обозначения запаха любого качества, как приятного (*a delicious pineapple smell; a savoury, fragrant odor*), неприятного (*distasteful smells; a disagreeable odor*), так и нейтрального (*a hallucinatory smell; seven primary odors*). При использовании в речи, без каких-либо обозначений, существительное *smell*, как правило, обозначает неприятный запах (*What a smell!*). Следует отметить, что, употребляясь без слов, обозначающих значение существительного *odor*, он может обозначать приятные и нейтральные запахи, то есть запахи независимо от их оценочных характеристик. Степень насыщенности описываемых запахов может быть выражена лексически посредством различных спецификаторов, а также зашифрована в ближайшем контексте. Имена существительные *smell* и *odor* не следует употреблять при описании косметических и парфюмерных запахов. Оба субстантива типичны при обозначении запаха, издаваемого человеческим телом, при этом каждый из них в таких случаях получает отрицательный элемент в значении (*body odor; the smell of her body*).

Субстантив *smell* – это стилистически нейтральное слово, а существительное *odor* зачастую обладает терминологической окраской,

потому что оно наиболее типично для научных текстов. Субстантив *odor* чаще употребляется в американском английском.

Существительное *perfume* используется в целях наименования цветочных ароматов при описании запаха в помещении. Например: *a strong perfume filled the room.*

Имя существительное *fragrance*, характеризующая запахи разных цветов, как правило, называет аромат определенного сорта того или иного представителя флоры. Например: *the fragrance of Bulgarian rose.* В то время как существительное *scent* используется в целях обозначения «собирательного» запаха растений, обозначая аромат, присущий целому классу, например: *the scent of tulips, the scent of gerbera.*

Существительное *aroma* согласно словарям используется для обозначения очень насыщенных растительных и цветочных запахов. Три существительных одного синонимического ряда *scent, fragrance* и *aroma* используются для обозначения запахов косметической и парфюмерной продукции. Признаки, которые их различают следующие: субстантив *scent* – наиболее распространённый способ обозначения ароматов. Например: *the scent of perfumed oil.* Имя существительное *fragrance* употребляется при обозначении запахов женской косметики (*a delightful fragrance of her face mask*), а существительное *aroma*, как правило, используется для выражения либо запахов мужской парфюмерии, либо очень насыщенных, тяжёлых женских духов: *the aroma of the perfume clinging to him.*

Имена существительные *scent, aroma* и *fragrance* встречаются в контекстах, в которых описывается запах как таковой, а не то, как данный запах влияет на органы обоняния людей. В данном случае эти субстантивы употребляются в публицистических текстах и научных трудах как термины, то есть являются стилистически маркированными. Результаты выполненного анализа позволяют утверждать, что с точки зрения насыщенности передаваемых ароматов лишь для имени существительного *scent* характерно использование в контекстах, в которых описываются тонкие и нежные

ароматы. Все же остальные синонимы подгруппы aroma, fragrance и perfume имеют тенденцию употребляться в основном для обозначения насыщенных и сильных запахов.

Существительные, которые входят в другой синонимический ряд анализируемой категории stench, stink и reek, используются в целях описания неприятных запахов, исходящих в основном от гниющих или разлагающихся веществ (the stench of decay). При этом имя существительное stink, как правило, присутствует в описаниях запаха смерти. Практически во всех подобных случаях в непосредственной близости к данному синониму употребляются единицы, однокоренные субстантиву death. Например: The traffic was badly jammed up there, and the stink of death had been sickly potent. Источник запаха в вышеуказанном примере – тела погибших людей (the stink of death). Здесь ощущается запах смерти.

Субстантив stench, обозначает запахи, характерные для водоёмов с зацветшей, или грязной водой (the stench of the water), а также часто употребляется при описании несвежих, неприятных, всепроникающих запахов гниющих водорослей (the stench of rotting seaweed), тухлой рыбы (the stench of rotting fish), выброшенных водой на берег предметов, долго пролежавших на дне (the stench of a fisherman's net from the sea bottom), запахи пищевых отходов, мусора (the stench of garbage), несвежей пищи (the stench of bad carrot) бездомных животных (the stench of London stray cats), и невымытых людей (the stench of their dirty bodies).

Референтами, выраженными синонимической единицей reek, являются невымытое тело человека или шкура животного (the awful reek of the cat's skin), а также помёт или навоз (the pungent reek of pig dung). Существительные stench и stink показывают тенденцию к характеристике запахов, типичных для продуктов горения последствий, то употребление субстантива stench в таких случаях типично для характеристики запаха, связанного с болью, несчастьем, физическими муками человека.

Субстантив *stench*, как правило, используется для обозначения специфического, однако неприятного запаха, который появляется в ходе приготовления какого-либо блюда (*the stench of chicken*). В то же время субстантив *stink*, именуя запахи, характерные для еды, используется в основном для обозначения запахов, исходящих от готовых, но слишком жирных, следовательно, вредных для здоровья блюд или жира, на котором они готовятся (*the stink of fatty cheeseburger*).

Рассмотрев употребление одорических существительных, можно сделать вывод, что при пересечении сфер употребления рассматриваемых существительных могут возникать определённые их «наложения» друг на друга. Также, нестандартные, нетипичные использования проанализированных имён существительных демонстрируют тенденцию к дифференциации.

2.2. Передача категории запаха в английском языке при помощи прилагательных

В английском языке можно также выделить ряд прилагательных, способствующих передаче категории запах в устной и письменной речи. Их можно разделить на несколько групп, первая из которых включает в себя прилагательные, обозначающие запахи общего характера, вторая состоит из прилагательных, характеризующих запахи пищи и напитков, третья – прилагательные, определяющие запахи природы, как живой, так и неживой, и четвертая группа прилагательных характеризует химические запахи. Рассмотрим эту классификацию подробнее.

Одну из основных групп прилагательных, характеризующих запахи, является группа, в состав которой входят прилагательные, способные описать любые запахи, существующие в природе. Это своего рода

универсальные прилагательные, которые могут употребляться в речи в сочетании с любым объектом (дефиниции и примеры употребления взяты из Oxford English Dictionary) , например:

Awful – a smell that is very bad or unpleasant.

Например: « There's an awful smell in here».

Cloying – a smell that is so sweet that it is unpleasant.

Например: « This is a wonderful wine - honeyed and rich without being remotely cloying».

Delicious – having a very pleasant taste or smell.

Например: « The stew smelled delicious».

Delightful – very pleasant smell.

Например: « She savored the delicious aroma of the coconut».

Disgusting – extremely unpleasant.

Например: « The food was absolutely disgusting - I couldn't eat it».

Distinct – easily or clearly heard, seen, felt, etc.

Например: « There was a distinct smell of gas».

Objectionable odor – unpleasant or offensive odor.

Например: «There are many ways we can try to deal with these objectionable odors.

Nasty odor – very bad or unpleasant smell of something.

Например: « This coffee has a nasty smell».

Oppressive/heavy smell – powerful, cruel, and unfair smell.

Например: «There is an oppressive smell in your office».

Redolent – smelling strongly of the thing mentioned

Например: « A kitchen redolent with the smell of baking».

Sickening – very unpleasant smell and making you feel as if you want to vomit.

Например: «The sickening stench of rotting rubbish rose into the air».

Foxy – a very attractive smell.

Например: «A foxy perfume».

Diffuse – smell that is spreading over a large area.

Например: «The smell of your perfume is diffuse».

Fetid/ foetid – having a strong bad smell = stinking.

Например: «The black fetid water of the lake»

«The dog's fetid breath».

Fusty – if rooms, clothes, buildings etc. are fusty, they have an unpleasant smell, because they have not been used for a long time.

Например: «Fusty old beg».

Obtrusive – noticeable in an unpleasant.

Например: «It was an obtrusive smell».

Pungent – having a strong taste or smell.

Например: « The air was pungent with the smell of spices».

Noisome – very unpleasant and offensive smell.

Например: « It's no fun having asthma and living in an area with noisome smog».

Odious – extremely unpleasant.

Например: « What an odious smell of tobacco! »

Abominable—extremely unpleasant and causing disgust.

Например: « We were served the most abominable coffee».

Acrid—having a strong, bitter smell that is unpleasant.

Например: « The room filled with the acrid smell of tobacco».

Вышеперечисленные прилагательные довольно часто используются как в устной, так и в письменной речи и зачастую многие из них употребляются, чтобы заменить прилагательные, которые входят в состав нижеуказанных групп.

Группу прилагательных, определяющих запахи пищи и напитков можно назвать основной, так как органы обоняния, являясь основными органами восприятия запаха, в первую очередь связаны с органами вкуса, и соответственно, прилагательные описывающие вкус того или иного блюда или напитка, непосредственным образом переходят в группу

прилагательных, характеризующую запах этих продуктов (Герасимова, 1986).

Appetizing– smell of food that smells or looks attractive; making you feel hungry or thirsty.

Aromatic– having a pleasant noticeable smell.

Savory/ savoury – having a taste that is salty, not sweet.

Spicy – a special smell from spices.

Winy – a smell of wine.

Fruity – smelling or tasting strongly of fruit.

Rancid – if food containing fat is rancid, it tastes or smells unpleasant because it is no longer fresh

Musty– smelling damp and unpleasant because of a lack of fresh air.

Oily – smelling or looking like oil.

Sweet – having a pleasant smell.

Penetrating – smell that spreads deeply or widely.

Mouldy – a smell of something that is covered with mould.

Oniony – a strong smell from onions.

Rhubarby – a smell of Rhubarb.

Pungent – having a strong smell.

Fishy – a smell of fish.

Tea – a smell of tea.

Alcoholic – a smell of alcohol.

Milky – a smell of milk.

Долгое время многие ученые считали, что категория запаха не является самостоятельной в связи с большим употреблением в речи прилагательных, характеризующих запах, произошедших от вкусовых ощущений, однако следующие группы прилагательных содержат определения запаха, образовавшиеся не по аналогии со вкусоопределяющими прилагательными (Куценко, 1979: 19).

Природные запахи также играют важную роль в понимании мира с помощью обоняния, потому что природа является домом, как для людей, так и для животных и растений, которая сочетает в себе запахи живого и неживого, приятные и неприятные, сильные и слабые. Прилагательные, описывающие данную группу запахов, представляют собой значительное количество слов, потому что природа является совокупностью объектов и явлений, каждое из которых имеет свой собственный запах, а также способность к смешиванию, что приводит к появлению нового запаха и, как следствие, нового прилагательного, описывающего его (дефиниции взяты из Oxford English Dictionary).

Decay odor – an odor from the natural chemical change that causes the slow destruction of something.

Fragrant – having a pleasant smell (fragrant herbs/flowers/oils)

Grassy smell – a smell of grass.

Putrid smell – smell of dead animals or plants decaying and therefore smelling very bad.

Flowery odor – smelling or tasting of flowers.

Musky – a strong smell from substance – musk that is used to make perfume.

Piny smell – a smell from a pine.

Floral – a smell made of flowers.

Putrescent – smell of something that is becoming putrid.

Группа слов, характеризующих химические запахи, насчитывает наибольшее количество прилагательных. Это во многом обусловлено тем, что химия, как наука, способна получать запахи различного происхождения нетрадиционным способом. Например, фруктовые и цветочные ароматы, чтобы придать бытовым средствам запаха, создаются путем соединения нескольких химических веществ, а не путем добавления натуральных продуктов, которые имеют желаемый запах.

Painty smell – a smell from something has just been painted (Мюллер, 2008: 527).

Gasoline – a smell of gasoline (Мюллер, 2008: 58).

Acetone – a smell of acetone (Мюллер, 2008: 19).

Asphalt – a smell of asphalt (Мюллер, 2008: 24).

Varnish – a smell of varnish (Мюллер, 2008: 563).

Diesel – a smell of diesel fuel (Мюллер, 2008: 124).

Petroleum – a smell of petroleum (Мюллер, 2008: 362).

Проведя анализ прилагательных, которые передают категорию запаха в речи, можно сделать вывод, что наиболее представительной является группа имен прилагательных, описывающих запахи еды и напитков.

2.3. Особенности номинации парфюмерных средств в английском языке

Теория номинации составляет важную область лингвистических исследований, занимающуюся изучением отражения в языке той картины мира, которая формируется в процессе познания. Акт номинации рассматривается как комплексный речемыслительный процесс, осуществляющий синтез обозначаемой действительности, понятийной формы мышления и языка. Номинация запаха зачастую осуществляется в границах более одного слова, с помощью распространенных субстантивных словосочетаний, анализ лексико-грамматического значения которых дает возможность выявить способы категоризации и концептуализации запаха и служит для изучения репрезентативности ольфакторной информации в языке.

В области парфюмерии процесс номинации духов весьма непросто и замысловат. В настоящее время наиболее интенсивное развитие ольфакторной составляющей языка можно наблюдать в специальном,

активно развивающемся парфюмерном дискурсе, в рамках которого говорящие находятся в постоянном поиске вербальных средств, способствующих наиболее точной передаче запаховых ощущений. Под термином «парфюмерный дискурс» мы подразумеваем любой текст о парфюмерной продукции. Таким образом, в основе выделения данного типа дискурса лежит тематический критерий, который соотносится не с конкретными ситуациями общения, а со сферами человеческой деятельности.

Одорическое восприятие считается одним из важнейших шагов в процессе ознакомления человеческого разума с материальным миром, однако многие исследователи отмечают, что существующий словарный запас средств, выражающий этот режим восприятия, достаточно невелик. В настоящее время наиболее интенсивное развитие одорических языковых единиц можно наблюдать в специальном и развитом парфюмерном дискурсе. С одной стороны, можно назвать язык рекламы с его четкими стандартами и тенденциями, который привлекает внимание читателя к конкретной представленной продукции. Следовательно, имя даётся духам не столько для того, чтобы как-то определить их запах и предвосхитить ощущение от них, сколько для того, чтобы вызвать желание покупателя, дать волю фантазии и унести в другой мир, как это делает хороший концерт, фильм или книга. С другой стороны, это не только рекламный дискурс: этот тип дискурса дает возможность говорящему в нем участвовать и создавать собственные тексты, высказывать свое мнение и отношение к специфическим ароматам. Человек, зачастую описывая какой-либо определенный запах, не может дать ему четкое определение, ссылаясь на отсутствие специализированного языка, чтобы говорить о запахах. Номинации и конкретные выражения, которые выбирает человек, весьма субъективны и довольно непонятны для восприятия. Это приводит к тому, что не все персональные конкретные определения запаха могут быть приняты и поняты другими. Однако следует подчеркнуть, что человек всегда старается описать запах, используя общеизвестные специфические языковые средства. Неумение подбирать

нужные и подходящие слова, чтобы выразить впечатления о запахах приводит к двум способам индивидуальной коммуникативной деятельности.

Первый способ заключается в принятии языка рекламного дискурса и, следовательно, использовании фиксированной терминологии (определяющей компоненты или нотки аромата). Второй способ подразумевает создание говорящим своего собственного языка, полного метафор в описаниях ароматов и, таким образом, происходит процесс расширения границ одорического языка. В последнем случае могут быть представлены в основном музыкальные метафоры: процесс раскрытия аромата может быть похож на изменения в звуках. Аромат может быть выражен посредством антропоморфных метафор и метафор со словом «вода». Кроме того, запах может быть похож на человека с его эмоциями, характером и образом поведения. Пространственные метафоры, также очень часто встречаются в парфюмерном дискурсе: наиболее часто используются ключевые понятия для описания запахов такие пространственные объекты, как: дом, лес, море, и другие. Существует отдельная группа примеров, которая включает различные индивидуальные ассоциации, связанные с определенным ароматом. Такие ассоциации являются уникальными, и именно поэтому говорящие сравнивают ароматы с чем-то конкретным, не очевидным для общих рекламных стандартов. Таким образом, с учетом специфики одорического восприятия парфюмерного дискурса проявляются в основном метафорические средства вербализации запахов.

В настоящее время проблема номинации фирменной парфюмерии вызывает большой лингвистический интерес, так как постоянно появляются новые товары, функционирующие как объекты лингвистической номинации, и таким образом, происходит расширение общего ономастического пространства. Будучи тесно связанными с глобализацией, процессы номинации парфюмерной продукции интегрируют в наш повседневный активный словарный запас и формируют познавательный опыт клиента посредством его участия в рыночных отношениях. Словестно-понятийные

названия парфюмерной продукции играют важную роль в жизни современного человека, и этот факт определяет их прагматическую направленность и возможное практическое применение результатов данных лингвистических исследований.

Однако способы образования названий английской парфюмерной продукции до сих пор не служили предметом широкого лингвистического изучения в нашей стране. То же самое можно сказать о названиях парфюмерных наименований товарных марок в частности. Мы определяем синтаксический способ образования названий парфюмерной продукции как сочетание языковых закономерностей, которые определяют их синтаксическую структуру. В ономастике этот способ используется для создания товарных знаков двух синтаксических типов – номинативные словосочетания и номинативные предложения. По данным исследований Т. П. Романовой, номинативные словосочетания показывают большой потенциал, характеризуя объект исследования с рациональной и эмоциональной точек зрения (Романова, 2009). Оба упомянутых синтаксических типа образования номинации английской парфюмерии широко используются в рекламном бизнесе, поэтому следует описать их более подробно.

Первым синтаксическим типом словесной номинации английской парфюмерии является номинативное словосочетание. Как мы знаем, в русском языкознании словосочетание – это группа двух и более знаменательных слов, которые соединены между собой грамматически и по смыслу. В рамках рекламной коммуникации, словосочетания, которые используются для наименования продукции английской парфюмерии, имеют собственную определенную структуру. На основе этого, мы можем предложить следующие основные подтипы именных словосочетаний, используемых для наименования парфюмерных товаров на английском языке.

1) Подчинительные словосочетания занимают первое место по частоте встречаемости. Этот подтип подразделяется на две группы:

1.1. Атрибутивные словосочетания без предлогов. Как правило, в формальной структуре они сочетают в себе существительное и признак этого существительного, однако порядок слов может меняться. Во-первых, мы можем различить такие модели словосочетаний как «прилагательное + существительное». Например, одеколон «Deep energy» и «Dynamic Pulse» от Аидас, «Velvet Orchid» от Тома Форда, «Hypnotic Poison» от Диор, «Dangerous Woman» от Бруно Банани, «Blue Seduction» от Антонио Бандераса, «Bright Crystal» от Версаче. Во-вторых, из-за некоторых особенностей английской грамматики существуют атрибутивные словосочетания, построенные в соответствии с моделью «существительное + существительное», где первый элемент выступает в качестве атрибута. Например, «Euphoria Men» от Кельвина Кляйна, «Magic Woman» от Бруно Банани, «Emerald Dream» от Эсти Лаудер, «Club Woman» от Аззаро, «Code Elixir» от Армани, «Baby Touch» от Берберри. В целом, атрибутивные словосочетания без предлогов выполняют не только номинативную функцию, а также символическую, косвенно воздействуя на потенциального покупателя парфюмерных товаров. Этим объясняется такое широкое использование товарных знаков такого рода в английской рекламной коммуникации.

1.2. Словосочетания с предлогами – это словосочетания, в которых элементы связаны друг с другом с помощью предлогов. В этом подтипе можно выделить:

а) словосочетания с предлогом «of», который обозначает притяжательный падеж, близкий по смыслу русскому родительному падежу, однако в английском языке предполагает значение качества или притяжательности, определяющих внутренние и внешние характеристики одушевленных или неодушевленных предметов: «Joy of Pink» и «Touch of Pink» от Лакост, «Touch Of Seduction» от Кристины

Агилеры, «Ultraviolet Colours Of Summer» от Пако Рабана, «Flight Of Fancy» и «Night Of Fancy» от Анны Суи.

б) Словосочетания с предлогом for, которые имеют значение английского общего падежа: «Magnetism for Men» от Эскада, «Escape for Men» от Кельвина Кляйна, «Spirit for Woman» от Антонио Бандераса, «A Way For Her» от Труссарди, «Amazing For Men» от Билла Бласса. В общем, так как словосочетания с предлогами английского языка демонстрируют широкие возможности в выражении различных абстрактных и конкретных лингвистических значений, создатели парфюмерных товаров выбирают именно этот тип для названия товара.

2) Сочинительные словосочетания. Элементы, таких английских словосочетаний связаны посредством сочинительного союза «and»(&). Например: «Sea & Sun in Cadaques» от Сальвадора Дали, "Forever and Ever" от Кристиан Диор, «Rock And Dreams» от Валентино, «Diamonds And Emeralds» от Элизабет Тейлор, «Cheap And Chic» от Москино. Наименования парфюмерной продукции этого подтипа не очень часто встречаются в английском языке из-за их семантической однозначности, т. е. отсутствия метафорического смысла. Тем не менее, сочинительные словосочетания позволяют нам собрать несколько характеристик парфюмерного продукта в одно название торговой марки, обращая данный синтаксический тип образования названия в пользу рекламодателя.

3) Словосочетания содержащие числительные. Несмотря на простоту синтаксической структуры, они довольно часто встречаются в названиях английской парфюмерии, например: «1001 Nights» от Аджмал, «1 Million» от Пако Рабана, «7:15 AM In Bali» от Кензо, «212 Vip Club» от Каролины Эрреры. Название «The one» от Дольче и Габбана стало классическим для мирового рекламного бизнеса и парфюмерная вода приобрела большую популярность среди потребителей парфюмерии. Это произошло по большому счету потому, что словосочетания с числительными позволяют нам показать в центре внимания наиболее важную характеристику парфюмерного

продукта, таким образом, подчеркивая его уникальность и содействуя процессу его индивидуализации.

Номинативные предложения представляют собой второй тип словесно-понятийных названий парфюмерной продукции. Как и номинативные словосочетания, они делятся на несколько подтипов в соответствии с определенными критериями. Во-первых, в зависимости от присутствия всех необходимых компонентов, номинативные предложения могут быть:

а) полными, например: « I love Dior» от Диор, « I am King» от Шона Джона, «Life is Now for Her» от Мекс, «Pink Is In The Air» от Мандарина Дак, « I Love Just Cavalli» от Роберто Кавалли.

б) неполными, где, как правило, представлен эллипс, например: « Up to you» и «Simply because» от Эйвон. В английском парфюмерном бизнесе неполные номинативные предложения обычно используются, вероятно, потому, что наименования товарных знаков со стилистической точки зрения напоминают живой разговорный язык. Таким образом, появляется возможность воздействия на потенциального покупателя. На подсознательном психологическом уровне покупатель вовлечен в процесс завершения неполной синтаксической структуры, превращая его в законченное предложение, таким самым участвуя в процессе номинации парфюмерии, и как следствие, потенциальный потребитель предпочитает именно такую продукцию.

Во-вторых, необходимо выделить подтипы парфюмерных названий, в которых содержатся иллокутивные номинативные предложения: «Believe» от Бритни Спирс, «Desire me» от Escada, «Envy me» от Живанши, «Just play» от Эйвон, « Marry Me» от Ланвин. Почти каждая парфюмерная коллекция на английском языке имеет, по меньшей мере, одно из вышеупомянутых названий. Поэтому, можно предположить, что данный синтаксический подтип занимает лидирующие позиции среди всех номинативных предложений, посредством которых создаются названия для парфюмерной продукции.

Подводя итог, следует отметить, что типы синтаксической структуры английских названий парфюмерии оказываются основополагающими, и они могут быть подразделены на группы и подгруппы. Как показывает наше исследование, среди названий парфюмерной продукции подчинительно–номинативные словосочетания и иллокутивно-номинативные предложения являются наиболее популярными.

2.4. Особенности перевода на русский язык единиц английского языка, передающих запах

В данном разделе мы рассмотрим как единицы английского языка, передающие запах, переводятся на русский язык. В современном английском языке перевод единиц, передающих запах, осуществляется единицами различной частеречной принадлежности. Ядром анализируемого номинативного поля выступают имена существительные *smell, odor, scent, aroma, fragrance, perfume, stench, stink, reek*. Данные существительные используются для обозначения нейтральных, приятных или неприятных запахов. В целях рассмотрения того, каким образом переводятся одорические существительные, важно проанализировать примеры из английской литературы и их перевод на русский язык.

В нашей работе мы использовали Национальный корпус русского языка, а именно подкорпус параллельных текстов. Национальный корпус русского языка имеет большое число практических применений в области сопоставительной лексической семантики. Базой для межъязыковых исследований в Национальном корпусе русского языка, прежде всего, является параллельный корпус – корпус, состоящий из оригинальных и переводных текстов, выровненных по предложениям. В нашем исследовании процедура работы с корпусом заключалась в осуществлении поиска по лемме

слова с указанием частеречной принадлежности. Результаты количественного анализа представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Количественные данные выборки существительных со значением «запах».

Существительное	Количество документов	Количество вхождений	Объем подкорпуса (слов)	Количество вхождений в %
Smell	204	1 522	24 681 277	0,0061
Odor	92	254	24 681 277	0,0010
Scent	124	368	24 681 277	0,0014
Aroma	20	24	24 681 277	0,0001
Fragrance	62	99	24 681 277	0,0004
Perfume	76	191	24 681 277	0,0008
Stench	30	62	24 681 277	0,0003
Stink	57	151	24 681 277	0,0006
Reek	49	92	24 681 277	0,0004

1. Перейдем к рассмотрению примеров из литературы и их переводов на русский язык со словом *smell*.

Tonight, the cavernous nave of Saint-Sulpice was as silent as a tomb, the only hint of life the faint smell of incense from mass earlier that evening (Brown, 2003).

Сейчас неф Сен-Сюльпис был погружен во тьму, в церкви стояла полная тишина, и единственным намеком на то, что храм действующий, был слабый запах ладана, витавший в воздухе после вечерней мессы (Рейн, 2004).

I loved Indian food, but I did not love how the curry smell had seeped into everything I owned (Weisberger, 2003).

- Да еще этот вечный запах карри. Мне нравилась индийская кухня, но этим запахом пропиталась вся моя одежда и постельное белье (Маяков, Шабаета, 2006).

They took an elevator down to the basement level and were immediately greeted by the smell of the autopsy floor when they stepped out. It was a mixture of chemicals and decay that was unique in the world (Connolly, 2002).

Они спустились лифтом в цокольный этаж, где на них сразу же пахло смесью запахов химикатов и гниения, которой нигде больше не встретить (Вознякевич, 2006).

A friend of mine trained them to smell smoke, which was very helpful in our work (Snicket, 2002).

Один мой приятель научил их распознавать запах дыма, что в нашей работе очень полезно (Рахманова, 2005).

For one thing, when Seamus Finnigan asked eagerly to hear how Quirrell had fought off the zombie, Quirrell went pink and started talking about the weather; for another, they had noticed that a funny smell hung around the turban, and the Weasley twins insisted that it was stuffed full of garlic as well, so that Quirrell was protected wherever he went (Rowling, 1997).

Во-первых, когда любопытный Симус Финниган попросил рассказать подробнее про борьбу с зомби, профессор Белка покраснел и заговорил о погоде; во-вторых, от тюрбана исходил сильный и странный запах – двойняшки Уэсли утверждали, что тюрбан тоже набит чесноком, чтобы защищать профессора Белку везде, куда бы тот ни пошел (Спивак, 2001).

В вышеуказанных примерах английское слово *smell* переводится на русский язык словом «запах». Слово запах является общепринятым переводом слова *smell*. В данных примерах слово *smell* имеет нейтральную окраску. В большинстве рассмотренных примеров из английской литературы слово *smell* переводится на русский язык словом «запах».

2. Проанализируем примеры со словом *odor*.

Just this once, I thought to myself, sinking into the warm backseat and trying not to breathe in the driver's body odor. I'm a Runway girl now (Weisberger, 2003).

«Это только сегодня, — сказала я себе, устраиваясь на теплом заднем сиденье и стараясь дышать так, чтобы не чувствовать запаха, исходящего от водителя, — ведь я теперь работаю в “Подиуме”» (Маяков, Шабаетова, 2006).

Rats and other vermin infested this, and it gave off an unpleasant odor which filled the cell (Dreiser, 1912).

В камере явно водились крысы и всякие паразиты, отчего там стоял пренеприятный запах (Волосов, 1944).

The air was fouler here, very still, with a sharp odor to it (Le Guin, 1971).

Воздух тут был еще более спертый, застывшим, и чувствовался в нем резкий, неприятный запах (Тогоева, 1991).

В вышеуказанных трех примерах слово *odor* передается на русский язык словом «запах». Во всех приведенных примерах имеется в виду неприятный запах.

I loved its scholarly odor, a treat seldom granted to my exquisitely sensitive Brunn's membrane, and I also loved its picturesque isolation amidst a tremendous unkempt garden above a larched and golden-rodded steep slope (Nabokov, 1974).

Мне полюбился присущий ему душок учености – удовольствие, редко выпадающее моей чрезвычайно чувствительной брюнновой перепонке, – полюбилась и его живописная затерянность в огромном неухоженном парке по-над заросшим лиственницей и канадским златотысячником крутым скатом (Ильин, 1999).

В данном примере мы видим, что слово *odor* переводится как «душок». Здесь *odor* не имеет негативной окраски.

With enchanting murmurs Daisy admired this aspect or that of the feudal silhouette against the sky, admired the gardens, the sparkling odor of jonquils and the frothy odor of hawthorn and plum blossoms and the pale gold odor of kiss-me-at-the-gate (Fitzgerald, 1925).

Дэзи восторженно ворковала, любуясь феодальным силуэтом, который с разных сторон по-разному вырисовывался на фоне неба, восхищалась искристым ароматом нарциссов, пенным благоуханием боярышника и сливы, бледно-золотым запахом жимолости (Калашникова, 1965).

В этом примере слово *odor* встречается три раза и в каждом случае переводится по-разному: «аромат», «благоухание» и «запах».

Проанализировав примеры с использованием слова *odor*, можно сделать вывод, что у данного слова существует два противоположных коннотативных значения: неприятный запах и аромат, вызывающий положительные ощущения. Однако в большинстве случаев слово *odor* имеет негативную окраску.

3. Перейдем к рассмотрению примеров со словом *scent*.

A breeze rustled past him, carrying the damp, earthy scent of new life (Brown, 2003).

Вот над головой тихо прошелестел ветерок, он принес сырой земляной запах возрождающейся жизни (Рейн, 2004).

He turned south onto Rue Richelieu, where the air grew sweet with the scent of blossoming jasmine from the stately gardens of the Palais Royal (Brown, 2003).

Затем он свернул к югу, на рю Ришелье, где воздух насквозь пропах сладким ароматом жасмина, льющим из сада Пале-Рояль (Рейн, 2004).

Montag approached from the rear, creeping through a thick night-moistened scent of daffodils and roses and wet grass (Bradbury, 1953).

Монтэг подошел со стороны сада, вдыхая густой ночной запах нарциссов, роз и влажной травы (Шинкарь, 1956).

"Here it is at last!" he called, and the others gathered round him and looked over the edge. They saw a valley far below. They could hear the voice of hurrying water in rocky bed at the bottom; the scent of trees was in the air; and there was a light on the valley-side across the water (Tolkien, 1937).

- Ну вот, мы и пришли! — воскликнул волшебник, и все столпились вокруг него и заглянули вниз. Там они увидели долину, слышали журчание

воды, спешившей по каменному ложу. В воздухе стоял аромат зелени, по ту сторону реки виднелись огоньки (Рахманова, 1976).

To leave them for unknown darkness, for the unimaginable state, for such nothingness that he would not even be conscious of wind stirring leaves above his grave, nor of the scent of earth and grass (Galsworthy, 1921).

Оставить их для неведомого мрака, для состояния невообразимого, для такого небытия, что он даже не будет ощущать ни ветра, колышущего листву над его могилой, ни запахов земли и травы (Вольпин, 1946).

From the bank, awhile, in the warm summer stillness, she watched the water-lily plants and willow leaves, the fishes rising; sniffed the scent of grass and meadow-sweet, wondering how she could force everybody to be happy (Galsworthy, 1921).

С высокого берега в теплой тишине лета она глядела на кувшинки, следила за листьями ветлы, за всплесками рыб; вдыхая запах травы и таволги, думала, как принудить каждого быть счастливым (Вольпин, 1946).

После анализа вышеуказанных примеров можно сделать вывод, что слово *scent* очень часто используется для обозначения приятного природного запаха растений, деревьев, цветов и земли. Переводится как «запах» или «аромат».

4. Перейдем к изучению примеров со словом *aroma*.

The air inside smelled antediluvian, regal somehow, with traces of pipe tobacco, tea leaves, cooking sherry, and the earthen aroma of stone architecture (Brown, 2003).

Здесь приятно пахло мастикой для паркета, трубочным табаком, чайной заваркой, хересом, и к этим ароматам примешивался слабый запах влажной земли, присущий всем сооружениям из камня (Рейн, 2004).

She leaned closer still, until her face was only a foot from mine and I could smell the fantastic aroma of salon shampoo and expensive perfume, so close that I could see the very fine lines around her mouth and eyes that were invisible from a more comfortable distance (Weisberger, 2003).

Она наклонилась еще ближе, ее лицо оказалось в тридцати сантиметрах от моего, и я ощутила тонкий аромат эксклюзивного шампуня и дорогих духов, увидела тонкие морщинки возле ее губ и глаз, незаметные с обычного расстояния (Маяков, Шабаетова, 2006).

After a moment the bacon began to flutter and dance in the pan and the sputter of it filled the morning air with its aroma (Bradbury, 1953).

Через минуту на ней уже шипели и прыгали кусочки бекона, наполняя утренний воздух аппетитным запахом (Шинкарь, 1956).

The grain was waist-high on either side the wagon road, and he sniffed the warm aroma of it with delighted nostrils (London, 1910).

На лугах, тянувшихся справа и слева от дороги, высоко стояли кормовые травы, и Харниш с восторгом вдыхал их теплое благоухание (Топер, 1956).

Val watched the slow liquid filling his glass, the essential oil of the old wine glazing the surface; inhaled its aroma, and thought: 'Now for it! ' It was a rich moment (Galsworthy, 1920).

Вэл смотрел, как густая жидкость медленно наполняла рюмку, как летучее масло старого вина отливало на поверхности; он вдохнул его аромат и подумал: "Ну, теперь самый момент!" (Богословская, 1946).

Выполнив анализ примеров со словом *scent* можно сделать вывод, что слово обозначает приятные запахи. Как правило, переводится словом «аромат», а также встречаются варианты «запах» и «благоухание».

5. Рассмотрим примеры со словом *fragrance*.

This vineyard was famous for having grapes that smelled delicious, and it was very pleasant to picnic in the fields, while the fragrance drifted in the air and the vineyard's famous donkeys, who helped carry bushels of grapes at harvest time, slept in the shade of the grapevines (Snicket, 2002).

Эти именно виноградники славились виноградом с особенно восхитительным запахом. Было очень приятно устраивать пикник на полях, когда в воздухе разносился аромат винограда, а знаменитые ослы,

развозившие корзины с виноградом во время уборки урожая, спали в тени виноградных лоз (Рахманова, 2005).

A helpful spectator, I would go up to that other child, and inhale her faint musky fragrance as I touched her forearm and held her knobby wrist, and push this way or that her cool thigh to show her the back-hand stance (Nabokov, 1955).

В качестве зрителя, всегда готового оказать помощь, я подходил к этой чужой девочке и вдыхал ее легкий мускусный запах, пока трогал ее голую руку и держал ее за кисть с выдающейся косточкой или перемещал туда-сюда напором ладони ее прохладную ногу, чтобы добиться лучшей постановки для удара слева (Набоков, 1967).

Delicious fragrance came to them, as if little invisible creatures were running and treading scent out of the blades of grass (Galsworthy, 1921).

Сладостный запах был разлит в воздухе, точно незримые маленькие создания бегали вокруг и давили стебли душистых трав (Вольпин, 1946).

It was full of the fragrance of new bread and the warmth of a generous fire (Charlotte Brontë, 1847).

Она была полна ароматом свежеиспеченного хлеба и теплом живительного огня (Станевич, 1950).

There was the little church, in the morning, with the green leaves fluttering at the windows: the birds singing without: and the sweet-smelling air stealing in at the low porch, and filling the homely building with its fragrance (Dickens, 1838).

Утром — служба в маленькой церкви; там за окном шелестели зеленые листья, пели птицы, а благовонный воздух прокрадывался в низкую дверь и наполнял ароматом скромное здание (Кривцова, 1938).

Слово *fragrance* на русский язык в основном передается словами «запах» и «аромат». В большинстве случаев имеет положительный коннотат.

6. Перейдем к примерам со словом *perfume*.

As he did, an alluring whiff of Sophie's perfume filled his nostrils, and he realized how close they were (Brown, 2003).

В ноздри ему ударил терпкий аромат духов Софи, только тут он осознал, что находится слишком близко (Рейн, 2004).

She leaned closer still, until her face was only a foot from mine and I could smell the fantastic aroma of salon shampoo and expensive perfume, so close that I could see the very fine lines around her mouth and eyes that were invisible from a more comfortable distance (Weisberger, 2003).

Она наклонилась еще ближе, ее лицо оказалось в тридцати сантиметрах от моего, и я ощутила тонкий аромат эксклюзивного шампуня и дорогих духов, увидела тонкие морщинки возле ее губ и глаз, незаметные с обычного расстояния (Маяков, Шабаетова, 2006).

I find you so close to me so often, I said, I thought maybe you liked my perfume (Vonnegut, 1990).

- Ты так часто оказываешься рядом со мной, вот я и подумал, может, тебе нравятся мои духи (Ковалева, 1993).

I recall the scent of some kind of toilet powder –I believe she stole it from her mother's Spanish maid – a sweetish, lowly, musky perfume (Nabokov, 1955).

Помню запах какой-то пудры — которую она, кажется, крада у испанской горничной матери — сладковатый, дешевый, мускусный душок (Набоков, 1967).

She was clutching something in her hand, and the reek of heavy cheap perfume came into the room with her (Mitchell, 1936).

Она что-то сжимала в руке, и по комнате распространялся сладковатый удушливый запах дешевых духов (Озерская, 1982).

Как мы можем видеть из примеров, слово perfume переводится как «аромат духов», «духи», «душок», «запах духов». Следует отметить, что слово perfume очень часто передается сочетаниями двух слов: «запах духов», «аромат духов». Следует отметить, что слово perfume используется для обозначения запахов духов, одеколонов и другой парфюмерной продукции.

7. Перейдем к рассмотрению примеров из литературы и их переводов на русский язык со словом stench.

Vittoria handed him the torch, wincing again at the stench of the crypt. "You think those fumes are combustible? (Brown, 2000).

Виттория вручила ему лампу, поморщившись от исходящей из склепа вони. — Как вы считаете, эти испарения могут воспламениться? — спросила она (Косов, 2004).

He was far from certain about this – his mind seemed to be full of noise, horses, smoke, and the stench of blood (Adams, 1978).

Сам он далеко не был в этом уверен – в его голове, казалось, был только шум, лошади, дым и зловоние льющейся крови (Филиппов, 1995).

In the labyrinthine Ministry the windowless, air-conditioned rooms kept their normal temperature, but outside the pavements scorched one's feet and the stench of the Tubes at the rush hours was a horror (Orwell, 1949).

В министерских лабиринтах, в кабинках без окон кондиционеры поддерживали нормальную температуру, но на улице тротуар обжигал ноги, и вонь в метро в часы пик была несусветная (Гольшев, 1989).

Harry sniffed and a foul stench reached his nostrils, a mixture of old socks and the kind of public toilet no one seems to clean (Rowling, 1997).

Гарри вдохнул и почувствовал мерзкую вонь, такую могли бы издавать грязные носки в давно не мытом общественном туалете (Спивак, 2001).

«Вонь» и «зловоние» – самые часто встречаемые варианты передачи слова *stench*. Данное слово употребляется исключительно для описания зловонных запахов.

8. Перевод слова *stink*.

It was starting to stink worse, too – kind of a mushy stink, the way fruit gets when it goes to ferment with yeast (King, 1973).

Зловоние, и без того очень сильное, стало теперь едва выносимым. Оно напоминало теперь резкий смрад от гниющих в большом количестве фруктов, начавших уже выделять ядовитые ферменты брожения (Мясников, 1993).

And a great stink went up from Earth even unto Heaven (Miller, 1960).

И страшное зловоние вознеслось от земли до самых небес (Борисов, 1999).

“I hate the ring,” said Jolly; “there's such a row and stink. I like the paddock” (Galsworthy, 1920).

- Я ненавижу букмекеров, – сказал Джолли, – вокруг них такая толкучка и вонь, я просто люблю смотреть на скачки (Богословская, 1946).

Изучив примеры на английском языке с использованием слова *stink*, можно сделать вывод, что слова – «зловоние», «смрад», «вонь» являются его переводом.

9. Перейдем к изучению примеров со словом *reek*.

She felt dizzy, and the reek of smoke and filth made her sick, yet she seemed to think and speak with perfect calm (Le Guin, 1971).

Голова у нее кружилась, от вони факела и испражнений она чуть не падала в обморок, но мысли и голос ее были ясны и спокойны (Тогоева, 1991).

Its shady recesses would then harbor that special boletic reek which makes a Russian's nostrils dilate, a dark, dank, satisfying blend of damp moss, rich earth, rotting leaves (Nabokov, 1954).

Укромные тенистые уголки напитывались особым грибным запахом, от которого вздрагивают и раздуваются русские ноздри — упоительной, сырой и сытной смесью мокрой моховины, жирной земли, прелых листьев (Ильин, 1999).

There was the musty, dull reek of old varnished wood in the dorms, and the night sounds in the alcoves, loud gastric explosions and a special squeaking of bed springs, accentuated for effect, and the bell in the hallway, in the hollow of one's headache, at 6.45 a.m. (Nabokov, 1957).

В дортуарах стоял затхлый скучный дух старого полированного дерева, а в кабинках ночью слышны были громкие брюшные залпы и особенный скрип постельных пружин, нарочно усиленный из ухарства — и звонок в

коридоре, в гулкой пустоте мигрени, раздававшийся в 6.45 утра (Барабтарло, Набокова, 1983).

Mists curled and smoked from dark and noisome pools. The reek of them hung stifling in the still air. Far away, now almost due south, the mountain-walls of Mordor loomed, like a black bar of rugged clouds floating above a dangerous fog-bound sea (Tolkien, 1954).

Туман поднимался завитками с темных зловонных омутов. Тяжелые испарения висели в воздухе. А очень далеко на юге виднелась черная стена Мордора, похожая на полосу разорванных туч над туманным морем (Каменкович, Каррик, 1994).

At that moment he saw the sun rise out of the reek, or haze, or dark shadow, or whatever it was, that lay ever to the east, and it sent its golden beams down upon the trees and glades about him (Tolkien, 1954).

В этот момент солнце вышло из тумана, или дымки, или тени, или чего-то еще, что лежало к востоку от них, и послало свои золотые лучи на деревья и поляну вокруг него (Каменкович, Каррик, 1994).

Smoke was in Bilbo's eyes, he could feel the heat of the flames; and through the reek he could see the goblins dancing round and round in a circle like people round a midsummer bonfire (Tolkien, 1937).

Дым ел Бильбо глаза, он уже ощущал жар костра, сквозь дымовую завесу он видел, как гоблины пляшут вокруг их деревьев (Рахманова, 1976).

«Вонь», «запах», «дух», «испарения», «туман», «дымовая завеса» – слова, которые являются переводом слова reek. Слово имеет как негативный окрас, так и нейтральный.

Изучив примеры и проанализировав варианты перевода, можно сделать следующий вывод: главное слово рассматриваемого номинативного поля – smell – объединяет существительные, обозначающие приятные запахи – scent, aroma, fragrance, perfume, – с одной стороны, и существительные, обозначающие неприятные запахи, – stench, stink, reek, – с другой. Слово odor можно отнести к обеим категориям, так как может иметь как положительный

коннотат, так и отрицательный. Следовательно, номинативное поле, обозначающее запах можно назвать двухфокусным, так как его можно подразделить на две подкатегории. Однозначный вариант перевода отсутствует. Переводчик руководствуется различными факторами: стилистическими, семантическими и прагматическими.

Выводы по Главе II

1. При пересечении сфер употребления одорических единиц возможны определенные их «наложения» друг на друга. Наблюдается тенденция, усиливающая те стороны природы единиц, имеющих значение запаха, из-за которых они группируются в одно номинативное поле. Следует отметить, что проявляется тенденция к рассеиванию синонимов. Анализ семантической структуры, особенностей сочетаемости, а также функционирования языковых единиц в словарях способствует определению когнитивных признаков и установлению отличительных признаков данной категории.

2. Имена прилагательные могут сразу относиться к нескольким различным группам, из-за размытости границ между указанными группами. К примеру, природные запахи, ароматы еды и напитков могут быть получены химическим путем. Группы природных запахов и запахов пищи также могут иметь несколько одинаковых лексических единиц. Группа, которая содержит характеристику запахов пищи и напитков, является основной, потому что обонятельные органы, представляя собой основные органы восприятия запаха, прежде всего, связаны с вкусовыми органами, и соответственно, имена прилагательные, характеризующие вкус какого-либо блюда или напитка, переходят в группу прилагательных, описывающих запах данных продуктов.

3. В английском языке существует несколько существительных, передающих категорию запаха в устной речи и на письме, которые и формируют семантическое поле существительного *smell*, являющегося ядром категории «запах». К семантическому полю существительного *smell* относят: *odor*, *scent*, *aroma*, *fragrance*, *perfume*, *stench*, *stink*, *reek*. В свою очередь, перечисленные существительные можно подразделить на две противоположные группы: имена существительные, обозначающие приятные запахи и неприятные.

4. Синтаксический способ образования названий парфюмерной продукции определяется как сочетание языковых закономерностей, которые определяют их синтаксическую структуру. Существует два синтаксических типа названий – номинативные словосочетания и номинативные предложения. Номинативные словосочетания характеризуют объект исследования с рациональной и эмоциональной точек зрения. Оба упомянутых синтаксических типа образования номинации английской парфюмерии широко используются в рекламном бизнесе. Среди названий парфюмерной продукции подчинительно-номинативные словосочетания и иллокутивно-номинативные предложения являются наиболее популярными.

5. Существуют стилистические, семантические и прагматические факторы, которые влияют на выбор переводчика. Однозначный вариант перевода отсутствует.

Заключение

В современной лингвистике теория номинации является важной областью исследований, которая занимается изучением отражения в языке картины мира, формирующейся в процессе познания. В нашей работе мы рассматривали теорию номинации как комплексный единый процесс порождения мысли и речи, в ходе которого выполняется объединение обозначаемой действительности, понятийной формы мышления и языка. Номинативность – это способность языковой единицы выступать в качестве средства инвентаризации понятий. Мы выяснили, что существует разграничение процессов номинации по типу языковых форм и типам номинации. Выделяют следующие языковые формы: номинацию через слово и словосочетание, номинацию через предложение, номинацию через текст. Однако слово выступает как ведущая единица номинации, по отношению к которой все другие единицы оказываются производными или вспомогательными. Различают первичные и вторичные номинации. Способность модифицироваться и способность к актуализации являются основными особенностями называющих словесных знаков.

Процесс номинации единиц современного английского языка, имеющего значение запаха, происходит с учетом человеческого фактора. При этом немаловажную роль играет субъективная целеустановка называющих. В процессе восприятия запаха человек подсознательно подразделяет запахи на приятные и неприятные.

В рассмотренных в нашей работе классификациях запахов за основу берутся количественные или качественные характерные черты, внешние или внутренние признаки. Основная трудность передачи в речи единиц современного английского языка, имеющих значение запаха, определяется нехваткой лексических единиц для обозначения запаха, в связи с этим,

многие прилагательные для определения запаха были взяты из числа тех, которые определяют вкус.

Изучив имена существительные, имеющие значение запаха мы выяснили, что в английском языке существует ряд существительных, которые образуют семантическое поле существительного *smell*, являющегося ядром категории «запах». К семантическому полю существительного *smell* относят: *odor, scent, aroma, fragrance, perfume, stench, stink, reek*. Каждое имя существительное имеет определенное значение и специфические особенности.

Прилагательные, способствующие передаче категории запах в устной и письменной речи делятся на несколько групп, первая группа включает в себя прилагательные, обозначающие запахи общего характера, вторая состоит из прилагательных, характеризующих запахи пищи и напитков, третья – прилагательные, определяющие запахи природы, как живой, так и неживой, и четвертая группа прилагательных характеризует химические запахи. В ходе исследования мы выяснили, что наиболее представительной является группа имен прилагательных, описывающих запахи еды и напитков.

Также в нашей работе мы выполнили анализ названий английской парфюмерной продукции. Мы определили, что существует два синтаксических типа названий – номинативные словосочетания и номинативные предложения. Номинативные словосочетания характеризуют объект исследования с рациональной и эмоциональной точек зрения. Оба синтаксических типа образования номинации английской парфюмерии широко используются в рекламном бизнесе. Среди названий парфюмерной продукции подчинительно-номинативные словосочетания и иллокутивно-номинативные предложения являются наиболее популярными.

Мы рассмотрели особенности перевода одорических единиц английского языка на русский язык. Имена существительные *smell, odor, scent, aroma, fragrance, perfume, stench, stink, reek* выступают объектами нашего исследования. Главное слово рассматриваемого номинативного поля

– smell – объединяет существительные, обозначающие приятные запахи – scent, aroma, fragrance, perfume, – с одной стороны, и существительные, обозначающие неприятные запахи, – stench, stink, reek, – с другой. Слово odor можно отнести к обеим категориям, так как может иметь как положительный коннотат, так и отрицательный. В процессе анализа, мы обнаружили, что при переводе, в зависимости от стилистических, семантических и прагматических факторов, переводчик выбирает подходящий перевод слова.

В результате проведенного исследования была выявлена специфика одорических номинаций в современном английском языке, проведен анализ классификаций запаха, были рассмотрены лексические единицы, необходимые для выражения категории запах в речи, были проанализированы особенности номинации парфюмерных средств в английском языке, а также особенности перевода на русский язык единиц английского языка, передающих запах.

Список использованной литературы

1. Арнольд И.В. Лексиколгия современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Наука, 2012. – 376 с.
2. Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка / Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова. – М.: Дрофа, 2004. – 288с.
3. Артёмова А. Ароматы и масла, исцеляющие и омолаживающие / А. Артёмова. – М.: Диля, 2000. – 360 с.
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. – 223 с.
5. Арутюнова Н.Д., Аспекты семантических исследований / Н.Д. Арутюнова, А.А. Уфимцева. – М.: Наука, 1980. – 354с.
6. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 340 с.
7. Афанасьева О.В. Имя прилагательное и его место в системе кардинальных частей речи английского языка / О.В. Афанасьева. – М.: Прометей, 2003. – 395 с.
8. Беляков А. Власть аромата / А. Беляков // Журнал Новый жемчуг. – 2001. – № 2. – 12 с.
9. Бруд В. С. Запахи в жизни человека / В. С. Бруд, И. Конопацкая. – М.: Париж: ООО Tereza-Inter, 2000. – 408 с.
10. Бруд В.С. Душистая аптека. Тайны ароматерапии / В. С. Бруд, И. Конопацкая. – М.: ГИТИС, 2006. –152 с.
11. Верещагин Е.М., Костомаров, В.Г. Лингвострановедческая теория слова / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: «Русский язык», 1980, – 320 с.

12. Витгенштейн Л. Философские работы. Часть I. Пер. с нем. / Составл., вступ. статья, примеч. М.С. Козловой Перевод М.С. Козловой и Ю.А. Асеева / Л. Витгенштейн. – М.: Гнозис, 1994. – 612 с.
13. Герасимова Н.М. Лексикографическая и семантическая интерпретация прилагательных вкусового ощущения: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Герасимова Наталья Михайловна. – М.: 1986. - 24 с.
14. Демьянков В.З. Понятие концепт в художественной литературе и в научном языке / В. З. Демьянков // Вопросы филологии. – 2001. – № 1. – С.35.
15. Житков А.В. Функционально-семантическое поле восприятия запаха и синестезия одорической лексики в произведениях И.А. Бунина: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01/ Житков Андрей Викторович. – Екатеринбург, 2004. – 156 с.
16. Ирисова О. А. Ароматерапия: практическое руководство / О.А. Ирисова. – М.: МГУ, 2000. – 156 с.
17. Ирисханова О.К. Некоторые особенности категоризации отглагольных имён существительных / О.К. Ирисханова // Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Рязань: Ряз. гос. пед. университет, 2000. – 68 с.
18. Карасик В.И. Лингвокультурные концепты: подходы к изучению / В.И. Карасик // Социоллингвистика вчера и сегодня. – М.: 2004. – 390 с.
19. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
20. Козлов Ю. П. Ароматы управляют поведением / Ю. П. Козлов // Экология и жизнь. 1998. - № 2. – С. 29.
21. Котенкова Е. В. Запахи и их значение в жизни человека / Е. В. Котенкова. – М.: Патриот, 2001. – 342 с.
22. Копыленко М.М., Попова З.Д. Очерки по общей фразеологии (фразеосочетания в системе языка) / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989. – 191 с.

23. Кубрякова Е.С. Категоризация мира. / Е.С. Кубрякова //Материалы науч. конф. «Категоризация мира». – М.: Диалог-МГУ, 2007. – 273 с.
24. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения / Е.С. Кубрякова – М.: ИЯ РАН, 1997. – 328 с.
25. Куценко А.В. Семантическая структура прилагательных вкусообозначений и их семантическая сочетаемость в английском и русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Куценко Алла Владимировна – М., 1979. – 228 с.
26. Лакофф Д. Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении / Д. Лакофф. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792 с.
27. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики: учебное пособие / М.В. Никитин. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена, 2007. — 819 с.
28. Путято Л. М. Психология сенсорных процессов: учебное пособие / Л. М. Путято. – Гродно: ГрГУ, 2001. – 80 с.
29. Райт Р.Х. Наука о запахах / Р.Х. Райт; перевод с английского - М.: Мир, 2006. – 530 с.
30. Реформатский А.А. Введение в языковедение: Учебник для вузов / А.А.Реформатский; под ред. В.А.Виноградова. – 5-е изд., – М.: Аспект Пресс, 2006. – 536 с.
31. Романова Т. П. Эволюция типов рекламных имен в истории русской эргонимии (XIX начало XXI вв.) // Вестник Самарского государственного университета. – 2009. – №3. – С.180.
32. Рузин И.Г. Когнитивные стратегии именованности: модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке / И.Г. Рузин // Вопр. языкознания. 1994. – №6. – 199с.
33. Уфимцева А.А. Опыт изучения лексики как системы: (на материале англ. яз.) / А. А. Уфимцева. – изд. 2-е, испр. – М.: УРСС, 2004. – 286 с.
34. Риндисбахер Х. От запаха к слову / Х. Риндисбахер // Новое литературное обозрение. – 2000. – 528 с.

35. Харитончик З. А. Лексикология английского языка: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. / З.А. Харитончик. – Минск: Высшэйшая школа, 1992. – 228 с.
36. Croft W. Syntactic Categories and Grammatical Relations / W. Croft. – Chicago: Lnd., 2001. – 308 p.
37. Engen T. Odor sensation and memory / T. Engen. –New York: Praeger, 1990. – 274 p.
38. Jackendoff R. Patterns in the Mind. Language and Human Nature / R. Jackendoff – N. Y.: Basic books, 1994. – 246 p.
39. Sacks O. The Man Who Mistook His Wife for a Hat / O. Sacks – N. Y.: HarperCollins, 1987. – 234 p.
40. Taylor J. R. Linguistic Categorization. Prototypes in Linguistic Theory / J. R. Taylor. – Oxford: Oxford Univ. Press, 1995. – 312 p.

Список использованных словарей

1. Баранова С.В., Пучкова Т.В. Англо-русский словарь по парфюмерии и косметике / С.В. Баранова, Т.В. Пучкова. – М.: РУССО, 2005. – 678 с.
2. Мюллер В.К. Новый англо-русский словарь / В.К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2008. – 654 с.
3. Кондаков И. М. Психология: иллюстрированный словарь / И. М. Кондаков. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. – 783 с.
4. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка / Д.Н. Ушаков. – М.: Альта-Принт, 2005. – 1216 с.
5. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/>
6. Macmillan Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.macmillandictionaries.com/>
7. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/>

Список источников фактического материала

1. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ruscorpora.ru/>
2. Fragrantica.ru парфюмерный журнал [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.fragrantica.ru/>