



Н.Н. Немич

*Филиал Военного учебно-научного центра Военно-воздушных сил
«Военно-воздушная академия
им. профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина», г. Сызрань*

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОЛЬФАКТОРНОГО И ВКУСОВОГО МОДУСОВ ПЕРЦЕПЦИИ ПОСРЕДСТВОМ УЧАСТИЯ КОНСТИТУЕНТОВ СЕМАНТИКИ НЕВЫРАЗИМОГО

В статье рассматриваются способы языковой репрезентации конститuentов семантики невыразимого в сочетании с ольфакторным и вкусовым модусами перцепции в современном газетном дискурсе на материале Национального корпуса русского языка газетного подкорпуса. Ольфакторный и вкусовой модусы перцепции почти не имеют собственных репрезентантов, маркируются лексемами с семантикой невыразимого. Наиболее частотными лексемами в синонимическом ряду одорической лексики в газетном дискурсе, маркируемой конститuentами с семантикой невыразимого, являются лексемы «запах» и «аромат».

Семантика невыразимого, ольфакторный и вкусовой модусы перцепции, антифразис, синестезия, синестемия, современный газетный дискурс.

Данная статья посвящена изучению языковой репрезентации конститuentов семантики невыразимого (СН), характеризующих лексемы ольфакторного и вкусового модусов перцепции, на материале газетных печатных изданий.

Согласно «Новому словарю русского языка» А.Ф. Ефремовой, невыразимое – это ‘то, что трудно высказать, передать словами’ [8, с. 987].

СН – это функционально-семантическая категория, выражающая эмоции, чувства адресанта, она характеризует то эмоциональное состояние говорящего, которое его переполняет и он не может выразить это словами [20, с. 259].

В современной лингвистике увеличивается количество работ, посвященных изучению СН. Так, Е.П. Иванян рассматривает СН в аспекте изучения семантики умолчания [10]. М.А. Дударева, исследуя апофатическую составляющую отечественной словесной культуры конца Нового времени, указывает на ее «выражение в системе равноуровневых языковых единиц, обладающих семантикой невыразимого» [7, с. 22].

Как отдельный предмет исследования в рамках функциональной лингвистики СН была рассмотрена в монографии М.Ю. Михайловой [16]. Под СН исследователь понимает самостоятельное значение русского языка, которое располагает иерархически организованными средствами передачи. Семантика невыразимого как констатация невозможности вербализовать направлена на мир чувств человека, сферу бытования человеческой «души», мир человеческих отношений, рефлексию ощущений человека, которая становится «новой сферой невыразимого» [17, с. 964].

Цель статьи – характеристика языковой репрезентации конститuentов СН, сочетающихся с лексемами ольфакторного и вкусового модусов перцепции, в современном газетном дискурсе.

Цель предполагает решение следующих задач: дать краткую характеристику ольфакторному и вкусовому модусам перцепции, выявить их взаимодействие; проанализировать словосочетания, означаемым

которых выступают лексемы синонимического ряда семами ‘запах’ и ‘вкус’, маркируемые конститuentами СН; рассмотреть лингвистические свойства лексем с семантикой запаха, маркируемые прилагательными СН (экспрессивность, оценочность, интенсивность); определить, с помощью каких стилистических приемов и средств репрезентируются лексемы с семантикой запаха в сочетании с конститuentами СН.

Данная статья выполнена в русле нашего исследования СН, см.: [19; 20].

Материалом для исследования послужили примеры Национального корпуса русского языка (НКРЯ) газетного подкорпуса (<https://ruscorpora.ru>).

Языковая репрезентация чувственного восприятия является объектом изучения многих современных лингвистов (О.Ю. Авдеевнина [1], Ю.Д. Апресян [2], Е.П. Вишнякова [5], Е.В. Падучева [21], И.Г. Рузин [22] и др.). Имеются работы, посвященные исследованию перцептивной семантики в различных типах дискурса и анализу отдельных типов восприятия (А.Ю. Булюбаш [4], Т.А. Демешкина [6], Е.П. Иванян, П.С. Иванова [12; 13], А.Ю. Колесникова [14] и др.).

Для данной работы наибольший интерес представляют научные труды, посвященные изучению лексики обонятельного восприятия в русском языке. Опираясь на проведенные ранее исследования, отметим, что слова ‘обонятельный’, ‘одорический’, ‘ольфакторный’ употребляются как синонимы.

Обоняние, как известно, представляет собой восприятие организмом определенных свойств различных веществ при помощи органов обоняния. П.С. Иванова определяет ольфакторный модус перцепции как «часть высказывания, содержащая отношение к виду ощущения, который относится к запаху и чувству обоняния» [9, с. 65].

А.Ю. Булюбаш в статье «Перцептивный модус “запах” и средства его языкового означивания в поэтической речи И.А. Бунина и Н.А. Заболоцкого», рассматривая средства языкового означивания перцептивного модуса «запах» в поэтических моделях

мира И. Бунина и Н. Заболоцкого, указывает, что лексика запаха в лирике поэтов является средством экспликации авторских суждений, оценок, объективирующих ценностные ориентации говорящего; формирует эмотивную доминанту текста, его тональность; выполняет структурирующую функцию [4].

Е.П. Иванян, П.С. Иванова считают, что языковая репрезентация запаха в современном русском художественном дискурсе направлена «на описание персонажей, их поведения для раскрытия темы, проблем и идей, выдвигаемых автором» [13, с. 1725]. По мнению исследователей, ольфакторный модус перцепции представлен сопряженными явлениями антропоцентрического описания (ощущения, качества и др.) с запахом (Там же, с. 1730).

И.А. Котенева указывает на аксиологический критерий объектов, издающих запах, и контекст ситуации [15, с. 126]. По мнению исследователя, особенностью обонятельной перцепции является то, что «при идентификации запаха у человека возникают большие трудности, причиной которых является <...> трудность наименования (обозначения и характеристики) запаха» (Там же, с. 124). И.А. Котенева акцентирует внимание на важности психологической оценки в аксиологической деятельности субъекта восприятия запаха (Там же, с. 125).

Ряд исследователей указывают на тесную связь обоняния со вкусовыми ощущениями. Так, например, И.Г. Рузин отмечает, что вкус и запах «обладают широким набором общих атрибутов» [22, с. 96]. По мнению исследователя, одно и то же прилагательное определяет и вкус предмета, и его запах.

В процессе восприятия человеком предметов или явлений окружающего мира происходит взаимодействие между модусами перцепции. Эта взаимосвязь ощущений проявляется в синестезии, которая в широком смысле понимается как феномен восприятия, при котором «впечатление, соответствующее данному раздражителю и специфическое для данного органа чувств, сопровождается другим <...> ощущением, <...> характерным для другой модальности» [24, с. 166]. Иными словами, синестезия представляет собой способ восприятия, при котором у воспринимаемого человеком явления или объекта появляется дополнительное качество. Так, например, при зрительном восприятии какого-либо продукта мы ощущаем его вкус во рту или чувствуем его запах.

Исследователи Е.П. Иванян и П.С. Иванова, рассматривая явления синестезии и синестемии в сравнениях ольфакторного модуса перцепции, указывают на частотность синестезии ольфакторного и вкусового модусов перцепции и взаимосвязь между данными модусами [12, с. 302].

О.В. Чалей рассматривает синестезию как результат «метонимических и метафорических способов концептуализации действительности, лежащих в основе осмысления и вербализации вкусовых ощущений» [23, с. 8].

Синестетическая метафора представляет собой языковое выражение различной протяженности, в котором «синестетическому переосмыслению подвергаются слова различных частей речи <...>, прямые значения которых соотносятся с различными сферами

сенсориума человека» [3, с. 5]. Основанные на синестезии сочетания слов А.И. Бардовская трактует как синестетические образования (Там же, с. 3).

В нашей работе мы будем использовать понятие «синестетические сочетания» как соединения слов, основанные на синестезии (совмещении ощущений, работы одновременно сразу не менее двух каналов восприятия).

При восприятии запаха у человека возникают большие трудности для словесного обозначения и характеристики запаха, что указывает на ограниченность вербальных средств характеристики запаха в русском языке: ольфакторный модус располагает минимальным набором репрезентантов. Большинство репрезентантов заимствуется из других перцептивных сфер: например, вкуса (*сладкий, кислый*) и осязания (*легкий, тяжелый*). Обычно запах с чем-то сравнивают, для вербализации используют конструкции сравнения, поэтому определенную роль для маркирования ольфакторного модуса играют прилагательные с СН, констатирующие наличие запаха при невозможности конкретизировать воспринимаемый запах.

Как показал анализ языкового материала, лексемы ольфакторного и вкусового модусов перцепции, характеризующие конституентами СН, используются как для передачи экспрессивности, оценочности (приятный/неприятный запах, вкус), так и как средство привлечения внимания к высказыванию, указывают на интенсивность.

Лексемы с семантикой запаха, маркируемые прилагательными СН, образуют синестетические сочетания с языковыми единицами вкусового и зрительного восприятия.

В основе некоторых синестетических сочетаний ольфакторного и вкусового модусов перцепции лежит антифразис.

Охарактеризуем представленные выше положения на фактическом материале.

Как показал анализ языкового материала (в современных российских печатных газетных изданиях 2000–2019 гг. НКРЯ было выявлено 640 вхождений, включающих лексемы с СН), для передачи ольфакторного и вкусового восприятия, который по своей природе почти не имеет собственных репрезентантов, используются средства СН (однословные лексемы *непередаваемый* и *неописуемый*) – 2,3%. Отметим низкую частотность употребления данных лексем в сочетаниях с конституентами СН.

Анализ примеров НКРЯ показал, что в синонимическом ряду ольфакторной лексики представлены лексемы *запах, аромат, вонь, амбре, дух* (к данному ряду существительных мы отнесли лексемы с семой 'запах', включенные в сочетания с именами прилагательными с СН). Доминантой в данном ряду является лексема *запах*, так как данная языковая единица, по замечанию Мэй Цзылинь, является нейтральным обозначением обонятельного восприятия, его семантическая структура не несет в себе дополнительной информации и может употребляться для обозначения как приятных, так и неприятных запахов [18, с. 19].

В синонимическом ряду лексических единиц с семантикой вкуса представлены два существительных: *вкус* и *горечь* (горький вкус).

Конstituенты СН в составе словосочетаний с лексемами ольфакторного модуса перцепции придают процессу восприятия эмоциональную окраску: восприятие и переживание совмещены во времени. Например, лексема *дух* в значении 'запах' используется автором для передачи положительных эмоций, возникающих при вдыхании воздуха заповедника:

(1) Конечно, есть те, для кого главное – альпинизм, но многие просто приходят в заповедник для того, чтобы насладиться **непередаваемым духом этой местности** (lenta.ru, 14.01.2017).

Мы полагаем, что лексема *дух* употребляется для обозначения запаха чистого воздуха, указывает на положительные эмоции, на что указывает и эмотивный глагол *насладиться*.

Примеры, представленные в газетных текстах, указывают на оценочный компонент (положительную и негативную оценки) употребляемых лексем. Например, используя лексемы *запах*, *аромат* в ряду однородных членов предложения, автор тем самым усиливает восприятие от многообразия запахов продукции, указывая на положительную оценку и не имея возможности точно подобрать к имеющимся запахам определения:

(2) Продавцы готовятся к очередному рабочему дню. На прилавках горы баночек-скляночек, в которых представлены образцы продукции. Тягучие золотые струи медленно и нехотя сползают в приготовленную для них тару. **Запах, ароматы – непередаваемы!** (Труд-7, 26.08. 2002).

Отметим, что прилагательные СН маркируют ольфакторный модус перцепции для выражения интенсивности запаха. Например, лексема *запах* усиливается прилагательным *непередаваемый* и глаголом *источал* не только для выражения оценки, но и для передачи интенсивности запаха как высшей степени качества. Акцент делается на интенсивности запаха барана и силе воздействия его на воспринимающего:

(3) После института торговли я в первый раз попал в ресторан «Прага» на приём, который организовал МИД. Повар в шикарном колпаке выкатил на красиво оформленной тележке целого запечённого барана. Этого барана я запомнил на всю жизнь – как произведение искусства. Вот это был настоящий НЛО – неподвижно лежащий объект, который источал **непередаваемый запах** (Комсомольская правда, 04.07.2001).

В (3) конституент СН помимо компонента 'не могу выразить' содержит компонент-интенсификатор 'очень сильно'.

В синонимическом ряду *аромат*, *запах*, *амбре*, *вонь* наибольшую интенсивность запаха обозначают существительные *вонь* и *амбре*. В «Словаре эвфемизмов русского языка» Е.П. Иванян «амбре» фиксируется как языковой эвфемизм, смягчающий обозначение «дурной запах»: 'амбре – вм. Вонь' [11, с. 56].

Название такого запаха подразумевает дополнительную, резко негативную эмоциональную характеристику:

(4) Веничка Ерофеев ехал с такой же скоростью, в таком же тамбуре... И запахи... **Непередаваемые амбре** российской железной дороги. Ни один парфюмер мира никогда не сможет объяснить, почему все

электрички у нас пахнут одинаково (Комсомольская правда, 16.07.2007).

В (4) автор, используя антифразис *непередаваемые амбре*, усиливает восприятие о неприятных «ароматах» российских железных дорог, силу запаха которых невозможно передать словами.

Лексема *вонь* содержит отрицательную аксиологическую оценку, указывает на неприятный, отвратительный запах с оттенком интенсивности, природу которого невозможно передать словами. Данное утверждение подтверждает пример из газетного дискурса (5):

(5) ...Чтобы понять правду о национал-большевистской партии, надо заглянуть в её туалет. Обычно очарованные журналисты не могут выйти оттуда по полчаса. Дверь в сортире смоляная, бачок – ярко, ярко-алый; **вонь и грязь неопишуемая** (Комсомольская правда, 18.07.2002).

Как стилистический прием, антифразис может использоваться и для номинации «букет ароматов» в качестве иронии при характеристике портянок (объекта с отрицательным запахом):

(6) Ура! Стёртые в кровь ноги на марш-бросках, деревенеющие за ночь в караулах портянки. Неужели всё в прошлом? И из казарм исчезнут **непередаваемые букеты ароматов**, основную гамму которых составляли именно эти, казалось бы, незыблемые гардеробные столпы Российской армии (Комсомольская правда, 24.11.2007).

В (7) прилагательное *непередаваемый* указывает на интенсивность запаха с негативным оценочным значением, актуализируется антифразис:

(7) В Калачинском районе Омской области возле деревни Ковалево около скотомогильника обнаружили «озеро» из слитой крови. Видеозапись с ним опубликовал в Instagram местный житель. Он отметил, что на месте **«запахи непередаваемые»** (lenta.ru, 06.12.2019).

Употребление словосочетания 'запахи непередаваемые' с положительным денотатом в противоположном значении повышает степень эвфемизации данного сочетания, автор намеренно использует антифразис, акцентируя внимание читателя на дурном, отвратительном запахе, зловонии, которое источает «озеро» крови.

Лексемы с семантикой запаха, маркируемые прилагательными СН, образуют синестетические сочетания с языковыми единицами вкусового и зрительного восприятия. Проиллюстрируем использование стилистического приема синестезии несколькими примерами сочетаний прилагательных СН с номинациями *аромат*, *вкус* на материале газетных печатных изданий:

(8) Мне поручили следить за ремонтом, – поясняет Александр Илларионович, – не работа, а удовольствие. Тогда климат на побережье стоял другой. По Ялте машины не ездили, я до сих пор помню вкус тогдашнего воздуха, его **непередаваемый аромат** (Труд-7, 19.01.2007).

В (8) лексема *непередаваемый* употребляется в сочетании с существительным *аромат* при передаче воспоминаний о воздухе, обладающем особым специфическим вкусом и запахом, которые невозможно

забыть и передать словами. К запаху воздуха (чистому, свежему, без выхлопных газов автомобилей) добавляется вкусовое ощущение. Благодаря синестетической метафоре лексемы *вкус*, *аромат* в составе словосочетания с лексемой *непередаваемый* указывают на положительную оценку.

Синестетическое взаимодействие лексем зрительного модуса и вкусового мы наблюдаем в (9). Зрительное восприятие темного пива переходит во вкусовое, которое маркируется конституентом СН, без возможности передать словами те ощущения, которые говорящий испытывает при употреблении данного напитка:

(9) *Длиннющий хвост тянулся в столичном Парке культуры и отдыха имени Горького к заветному павильону, где продавали просто редкостный, в 1963-м совершенно неизвестный нам напиток – тёмное пльзенское пиво. В Москве ходили легенды о его **непередаваемом вкусе*** (Труд-7, 12.04.2006).

В (10) ощущение вкуса осмысливается как результат зрительного процесса с указанием на эмоциональность и оценочность восприятия: журналист почувствовал вкус во рту, рассматривая гастрономические изыски.

(10) *Состав их разный. Например, половина сырокопчёной колбасы состоит из свиного фарша, а вторая – из цельного куска копчёной говядины. Или наоборот – фарш из говяжьей вырезки и кусок вяленой свинины со шпиком. **Вкус непередаваемый*** (Московский комсомолец, 23.11.2016).

Синестезия ольфакторного и вкусового модусов перцепции наблюдается в (11):

(11) *Более сложная модель – очищенная от мякоти шкурка половинки апельсина заполняется гелем для свечей оранжевого цвета (такой гель можно купить, например, в магазине ИКЕА). **Запах от таких фруктовых свечек непередаваемый!*** (Комсомольская правда, 23.12.2002).

В (11) запахи свечек и апельсина соединяются, добавляется вкусовое ощущение, выраженное значением слова *фруктовых*.

Синестемию, когда к перцептивной лексеме добавляется какая-либо эмоция, мы можем наблюдать в (12):

(12) *Мальшика первой увидела деда и сама окликнула его. Так началась их жизнь в аду. Пытка жаждой оказалась особо тяжкой для Сидакова-старшего – уже много лет он страдал сахарным диабетом. **Жажда и духота были неопишумые.** Доходило до того, что, изнывая от зноя, люди раздевались почти полностью, дети начали пить мочу* (Труд-7, 2005.08.24).

Жажда как физиологическое ощущение, относящееся к разряду общих чувств, и *духота* (запах спертого воздуха) тяжело воспринимаются участниками описываемых событий.

Подводя итоги, следует отметить, что ольфакторный и вкусовой модусы перцепции, имея бедный репертуар репрезентантов, маркируются конституентами СН. Наиболее частотными лексемами одорической лексики в газетном дискурсе, определяемыми конституентами СН, являются лексемы *запах* и *аромат*.

Как показал анализ, однословные лексемы СН:

– служат маркером ольфакторного и вкусового восприятия окружающего мира – этот фактор и определяет их частотность и отнесенность к денотативным сферам. Выявлено, что ольфакторный и вкусовой модусы перцепции в газетном дискурсе являются низко-частотными;

– употребляются в сочетании с лексемами ольфакторного и вкусового модусов перцепции при передаче восприятия окружающего мира, для указания на интенсивность запаха или вкуса;

– указывают на оценку (либо запах приятный, либо ужасный). С одной стороны, использование лексемы *аромат*, в значении которой присутствует сема 'приятный', позволяет выразить положительную оценку. С другой стороны, сравнение с дурным запахом, исходящим от портянок, подчеркивает его неприятность при восприятии. При ярко выраженной положительной оценке – указание на высшую степень качества описываемого объекта; при ярко выраженной отрицательной оценке объекта – использование антифрасиса, иронии;

– передают эмоции. Выявлено, что при чувствовании неблагоприятного запаха присутствуют эмоции отвращения, неприятия; ощущая приятный запах – наслаждение, восхищение, восторг;

– употребляют в синестетических сочетаниях с лексемами ольфакторного и вкусового модусов перцепции. Ольфакторные лексемы сочетаются со вкусовым и зрительным модусами перцепции. Одно и то же прилагательное СН может определять и вкус предмета, и его запах.

Перспективы нашего исследования лежат в плоскости дальнейшего изучения СН и ее репрезентации в современном газетном дискурсе, связанной с субъективным восприятием действительности, внутренним миром человека.

Литература

1. Авдеевнина, О. Ю. Категория восприятия и средства ее выражения в современном русском языке : специальность 10.02.01 «Русский язык» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / О. Ю. Авдеевнина. – Москва, 2014. – 49 с.
2. Апресян, Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
3. Бардовская, А. И. Средства номинации синестетических соотношений (на материале английских и русских художественных текстов) : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / А. И. Бардовская. – Тверь, 2005. – 20 с.
4. Булюбаш, А. Ю. Перцептивный модус «запах» и средства его языкового означивания в поэтической речи И. А. Бунина и Н. А. Заболоцкого / А. Ю. Булюбаш // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 8 (50), Ч. 5. – С. 90–93.
5. Вишнякова, Е. П. Категория перцептивности как основа языкового моделирования возможных миров в новелле Г. Уэллса «The country of the blind» : специальность 10.02.04 «Германские языки» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Е. П. Вишнякова. – Хабаровск, 2015. – 24 с.

6. Высказывания со значением восприятия запаха / Т. А. Демешкина, Н. А. Верхотурова, Л. Б. Крюкова, Н. В. Курикова // Лингвистическое моделирование ситуации восприятия в региональном и общероссийском дискурсе / под редакцией Т. А. Демешкиной. – Томск : Издательство Томского университета, 2006. – 194 с.
7. Дударева, М. А. Апофатика русской словесной культуры конца нового времени: образы смерти : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии / М. А. Дударева. – Иваново, 2021. – 50 с.
8. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : [в 2 томах] / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Русский язык, 2000. – Т. 1: А – О. – 1210 с.
9. Иванова, П. С. Корреляция между гедонистической оценкой и семантикой 'живое – неживое' в сравнениях ольфакторного модуса / П. С. Иванова // Семантика. Функционирование. Текст. К 70-летию со дня рождения С. В. Черновой. Межвузовский сборник научных трудов с международным участием. – 2018. – С. 64–72.
10. Иванян, Е. П. Семантика умолчания и средства ее выражения в русском языке / Е. П. Иванян. – Москва : ФЛИНТА, 2015. – 328 с.
11. Иванян, Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Иванян. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 461 с.
12. Иванян, Е. П. Синестезия и синестемия в сравнениях ольфакторного модуса перцепции / Е. П. Иванян, П. С. Иванова // Горизонты современной русистики : сборник статей Международной научной конференции, посвященной 90-летию юбилею академика В. Г. Костомарова (Москва, 30–31 января 2020 г.). – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2020. – С. 298–303.
13. Иванян, Е. П. Сравнение ольфакторного модуса перцепции в современной художественной литературе и парфюмерном интернет-дискурсе / Е. П. Иванян, П. С. Иванова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14, № 6. – С. 1725–1731.
14. Колесникова, А. Ю. Лингвистическое моделирование ирреального в творчестве В. Пелевина: перцептивный аспект : специальность 10.02.01 «Русский язык» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / А. Ю. Колесникова. – Томск, 2019. – 24 с.
15. Котенева, И. А. Одорический признак как объект оценочного восприятия в номинативной системе французского языка / И. А. Котенева // Филологические науки. Вопросы теории и практики : в 3 частях. – 2017. – № 11 (77), ч. 3. – С. 124–126.
16. Михайлова, М. Ю. Семантика невыразимого в языке и речи / М. Ю. Михайлова. – Москва : ФЛИНТА ; Самара : СГСПУ, 2020. – 244 с.
17. Михайлова, М. Ю. Семантика невыразимого и смежные явления / М. Ю. Михайлова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2015. – Т. 17, № 1–4. – С. 963–966.
18. Мэй, Цзылинь. Перцептивная лексика в рекламном тексте : специальность 10.02.01 «Русский язык» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Мэй Цзылинь. – Воронеж, 2017. – 23 с.
19. Немич, Н. Н. Проблемы изучения семантики невыразимого в современном газетном дискурсе / Н. Н. Немич // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2021. – № 3 (42). – С. 109–117.
20. Немич, Н. Н. Эмоциональный потенциал семантики невыразимого в газетном дискурсе / Н. Н. Немич // Лекантовские чтения. Материалы Международной научной конференции. – Москва, 2020. – С. 258–261.
21. Падучева, Е. В. К структуре семантического поля «восприятие» (на материале глаголов восприятия в русском языке) / Е. В. Падучева // Вопросы языкознания. – 2001. – № 4. – С. 23–44.
22. Рузин, И. Г. Когнитивные стратегии именования: модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке / И. Г. Рузин // Вопросы языкознания. – 1994. – № 6. – С. 79–100.
23. Чалей, О. В. Концептуализация вкусовых ощущений в естественном языке : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / О. В. Чалей. – Москва, 2017. – 30 с.
24. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / главный редактор В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

N.N. Nemich

REPRESENTATION OF OLFACTORY AND GUSTATORY MODES OF PERCEPTION THROUGH THE CONSTITUENT PARTICIPATION OF SEMANTICS OF INEXPRESSIBLE

The article considers the ways of linguistic representation of the constituents of semantics of inexpressible in combination with the olfactory and gustatory modes of perception in modern newspaper discourse on the material of the National Corpus of the Russian language of the newspaper subcorpus. The olfactory and gustatory modes of perception have almost no representatives of their own, they are marked with the lexemes with the semantics of inexpressible. The most frequent lexemes in the synonymous series of odoric vocabulary in newspaper discourse, marked by constituents with the semantics of inexpressible, are the lexemes «smell» and «aroma».

Semantics of inexpressible, olfactory and gustatory modes of perception, antifrasis, synesthesia, synestemia, modern newspaper discourse.