

Поклад Т. С.,

аспірант

Київського університету імені Бориса Грінченка

## ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНИХ ДЕСКРИПЦІЙ ПАРФУМІВ

**Анотація.** У статті досліджуються англомовні дескрипції парфумів з точки зору британської системи цінностей, з'ясовано способи репрезентації цінностей, проаналізовано особливості їх мовної реалізації у дескрипціях.

**Ключові слова:** британські національні цінності, позитивна оцінка, дескрипції парфумів.

**Постановка проблеми.** Антропологічна парадигма досліджень у сучасній лінгвістиці, тобто зміщення фокусу досліджень у напрямі від «мова в людині» до «людина в мові», сприяла становленню нової наукової галузі – лінгвістичної аксіології, що вивчає систему цінностей етносу і способи її репрезентації у мові і культурному континуумі. Сучасні дослідження рекламних текстів також характеризуються антропоцентричною спрямованістю, адже передбачають звернення до різних аспектів життєдіяльності людини. Зі збільшенням значущості реклами в інформаційному просторі актуалізуються дослідження, пов'язані з вивченням аксіологічного потенціалу рекламного повідомлення, його впливу на ціннісні уявлення людини.

Сучасна лінгвоаксіологія зорієнтована на вивчення тих мовних явищ, що відбивають особливості ціннісного сприйняття дійсності представниками різних етносів. Аксіологічні питання розглядаються в численних працях, присвячених дослідженню мовних і концептуальних картин світу різних етносів, зокрема німецької (А. Приходько), російської (С. Воркачев, В. Карасик) та польської (А. Вежбицька) мовної картин світу. Національні цінності висвітлено крізь призму етнічного менталітету та національного характеру (Ю. Караулов, В. Маслова), вивчено як важливий фактор міжкультурної комунікації (В. Манакін, В. Парашук, О. Селіванова, О. Семенюк), а також досліджено як ключовий компонент концептосфери нації (Н. Арутюнова, В. Карасик, О. Кубрякова, R. Lado). Незважаючи на низку праць у цій галузі, поза увагою сучасних науковців все ще залишаються питання вербального втілення національних цінностей у рекламних повідомленнях, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

**Метою статті** є виявлення основних цінностей британського суспільства та дослідження особливостей їх репрезентації в англомовних дескрипціях парфумів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Когнітивний досвід людини дозволяє оцінювати та визначати своє відношення до оточуючих об'єктів, явищ та подій у навколишньому світі. Поняття «оцінка» безпосередньо пов'язане з поняттям «цінності», оскільки визначає особливості взаємодії людини та навколишнього світу. За визначенням Н. Арутюнової, оцінка є особливим когнітивним актом, у результаті якого встановлюється відношення суб'єкта до

оцінюваного об'єкта з метою визначення його значення для життя та діяльності суб'єкта [1, с. 25].

Фундаментом для поняття «оцінка» служить загальнофілософська теорія цінностей, у рамках якої цінності визначаються як складові духовності будь-якого народу, які відображають специфічне ставлення людей до природних, соціальних та духовних явищ з точки зору їх значимості [2, с. 570]. Філософська аксіологія також виділяє основні типи цінностей – моральні, правові, цінності наукового пізнання, соціальні та історичні цінності, а також цінності, пов'язані з природою людини та змістом її життя [3, с. 3]. Безумовно, для кожної нації існує своя система цінностей, яка формується впродовж століть під впливом певних соціально-історичних факторів, утворюючи власну ціннісну картину світу. В. Карасик здійснив спробу комплексного осмислення цінностей і запропонував модель цінносної картини світу, яка поділяється на зовнішні цінності (соціально обумовлені) та внутрішні цінності (персонально обумовлені) [4, с. 167]. Якщо зовнішні цінності базуються на встановлених національних традиціях та нормах, то персональні цінності відображають потреби людини, мотивують її дії та визначають спосіб поведінки. Так, британська культура крізь призму цінностей виглядає як унікальна єдність загальнонаціональних та особистих традицій. Британськими національними цінностями, які можна віднести до соціально обумовлених, вважаються рівноправ'я, верховенство закону, справедливість, демократія, традиції, зокрема культ королівської особи; серед персональних виділяють індивідуалізм, особисту свободу, особистий успіх, сім'ю, дім [5]. Такі ціннісні орієнтири певним чином відображені в англомовному дискурсі. Оскільки дискурс трактується як особливе використання мови для вираження особливої ментальності та ідеології [6, с. 77], то в ньому обов'язково експліцитно або імпліцитно на різних рівнях мови буде висвітлено ціннісний компонент культури, який обумовлюється етнічними особливостями британської нації, своєрідністю її мови та культури.

В англомовному парфумерному дискурсі британські національні цінності передаються цілою низкою ядерних понять. Основною характеристикою такої реклами є наявність у ній оцінного компоненту. При чому для реклами парфумерної продукції типовою є позитивна оцінка (оцінка під знаком «+»). Негативну оцінку ми не беремо до уваги в нашому дослідженні, оскільки вона не присутня у проаналізованих фрагментах дискурсу. Це пов'язано з тим, що реклама парфумерної продукції переслідує визначену прагматичну мету – позитивно вплинути на адресата, змусивши його придбати парфумерний виріб. Тому загальнокультурні цінності у англомовній рекламі парфумів подаються крізь призму позитивної оцінки запахів.

Ціннісна система британського суспільства включає як універсальні цінності (спільні з іншими націями), так і національно-марковані. Британський національний менталітет формувався протягом століть під впливом численних соціально-історичних та культурних чинників, зокрема знаковим є і географічне розташування країни, тому ієрархія національних цінностей британців має свої особливості. Зокрема, типовою виключно для британців є така риса, як Englishness, яка визначається як культурна ідентифікація та створює образ істинного британця (being born in England). У фрагменті дескрипції парфумів «English Fern» від британського парфумерного дому Penhaligon's міститься пряма вказівка на те, що парфуми теж створюються, враховуючи типові риси нації, чим здійснюється апеляція до національної самовизначеності: *English Ferns a complete lyunique, fresh and earthy tonic of a fragrance ...to create a rich, spiced greens cent that oozes Englishness.* До основних загальнонаціональних цінностей британців відносять традиції як символ постійності та стабільності, тобто те, що пройшло перевірку часом і має бути збережене в майбутньому [7, с. 147] – таким чином, традиції відображають тісний зв'язок з історією, а отже символізують зв'язок поколінь. Британія завжди була країною давніх традицій «land of tradition» [8, с. 56], які до сих пір добре зберігаються та наслідуються. Невід'ємною частиною британської історії є монархія як вищий спосіб організації влади в країні, тому королівську династію, зокрема особу королеви, можна вважати одним з проявів традицій у британській культурі. Образ королеви дотепер займає визначне місце в британському суспільстві, він є завжди позитивно-маркованим, адже втілює в собі поєднання компетентного управління, стабільності, а також вишуканої аристократичної поведінки [8, с. 80]. Так, у рекламному парфумерному дискурсі містяться описи, які апелюють до окремих історичних персоналій – представників королівської династії. Серед них виокремлюємо особистість королеви Вікторії (*based on a perfume created by Creed in the nineteenth century for Queen Victoria* («Fleurs de Bulgarie», Creed), для якої у 19 столітті були створені ексклюзивні парфуми; постать маленького принца кембриджського Джорджа Александра Луїса, чий хрестини надихнули парфумерів на створення вишуканого аромату (*created ... to celebrate the joyful arrival and Christening of Prince George Alexander Louis* («Cambridge», Floris); а також особу королеви Єлизавети, на честь якої створювалися парфуми, щоб закарбувати в історії її срібний (*original lacerated in 1977 in honour of Queen Elizabeth's Silver Jubilee, Jubilee Bouquet is a beguiling melody of green lily, jasmine, powder and woods* («Jubilee Bouquet», Penhaligon's) та золотий ювілей (*a modern contemporary adaptation of this perfume was created and in traduced to celebrate the Golden Jubilee of Her Majesty The Queen* («Bouquet de La Rein», Floris). Окрім цього, парфумерів надихали і особисті події у королівській родині, наприклад, річниця весілля королеви Єлизавети та принца Філіпа (*Inspired by the 65<sup>th</sup> wedding anniversary of Queen Elizabeth II and Prince Philip, the new addition to the Boadicea The Victorious has a regal air* («Blue Sapphire», Boadicea the Victorious). У такій дескрипції прямо вказується на королівський двір (*hasaregalair*), що має прагматичний вплив на адресата, який вважає себе частиною історії через зв'язок з королівською

особою. Рекламодавці в описах запахів часто апелюють і до королівської місцевості. Наприклад, у наступному фрагменті маємо референцію до британського міста Челсі: *Chelsea has long been associated with the powerful and the affluent – on cedes cribbed as a «village of palaces» – the residents of this are all highly notable; from royalty to musicians. Chelsea eau de perfume aims to capture this air of exclusivity with its sumptuous accords* («Chelsea», Boadicea the Victorious). У цьому уривку міститься опис місцевості, де акумульовані королівські палаци («village of palaces»), через що в місті панує атмосфера розкоші, багатства (*the affluent*) та дух королівської влади (*the powerful*); а також підкреслено високий статус місцевих жителів (*residents are all highly notable from royalty to musicians*), адже всі вони є відомими, що виокремлює їх у вищу ланку суспільства. У такому описі імпліцитно за рахунок референції до традиційно королівського міста підсилюється значимість парфумів та підкреслюється їх статусність. Таким чином, у британському парфумерному дискурсі знаходять відображення культурні цінності цілого народу, що реалізується через апеляцію до глибоких традицій, зокрема культу королівської особи та її оточення.

Британці як нація характеризуються невичерпною любов'ю до природи та сільської місцевості. Затишні хутори та присілки завжди асоціюються в їх ментальності зі спокоєм, тишею, красою, гарним здоров'ям та стабільністю [8, с. 60]. Любов до села вважається одним з проявів британського консерватизму [8, с. 61]. Цілком природно, що такі загальнолюдські цінності відображені і в описах британських парфумів. Наприклад, опис парфумів з промовистою назвою «Tomato Leaf» від парфумерного дому Illuminum безпосередньо переносить адресата в сільську місцевість: *Close your eyes and breathe in freshly harvested tomatoes, allow your senses to ride through the notes of Carrot Seed, Osman thus and the timeless Freesia. A perfect fragrance for anyone who wishes to escape the City.* У такому фрагменті образ сільської місцевості створюється за рахунок сенсорних відчуттів, зокрема запаху свіжозібраного врожаю томатів (*breathe in freshly harvested tomatoes*) та моркви (*notes of Carrot Seed*); також у дескрипції втілено почуття свободи людини в полі (*to ride through the notes*) – такими лексичними засобами описуються парфуми для тих, хто втомився від метушливого міста. Наведемо ще приклад того, як сільська місцевість знаходить місце в описах запахів: *Oxford & Cambridge, a traditional lavender fragrance, is a fresh and in vigorating scent evocative of the English country side* («Oxford & Cambridge», Czech & Speake) – тут наголошується на тому, що сільська місцевість є джерелом, з якого черпають нову енергію та здоров'я (*in vigorating scent*), а також насолоджуються свіжістю повітря (*fresh scent*). Уявні подорожі природними місцевостями знаходимо в наступних дескрипціях: *A green floral fragrance bursting with freshness and charm. It for anyone who loves the feeling of grass beneath their toes. ... A shimmering floral that embodies an inner harmony with nature, taking the wearer on a wet woodland journey of delight* («Delicate», Boadicea the Victorious) та *Tremendously evocative of wet earth, moss and rain, it instantly transports you to the woodland, surrounded by dripping leaves, skin tingling with spring* («Bluebell», Penhaligon's). Тут образ природи створюється через сенсорні відчуття, зокрема синестезійно (*green floral fragrance*), коли квітко-

вий аромат набуває зеленого кольору, чим підкреслюється натуральність парфумів. Вербальний опис відчуттів до-тику, таких як мокрої трави під ногами, вологої землі (*the feeling of grass beneath their toes; a wet woodland; wet earth, moss and rain; dripping leaves*) втілює гармонію людини і природи; а візуальні образи (*grass, moss, woodland, leaves*) наголошують на природності запаху – завдяки цьому на мовному рівні реалізується почуття любові до природи, що визнається однією з британських цінностей. Не менш цікавим прикладом, у якому поєднується апеляція до природи та королівського духу, є опис парфумів «Hyde Park» від Boadicea the Victorious: *Hyde Park is one of the largest Royal Parks in London. It is an oasis of countryside within the heart of a buzzing metropolis. The base notes steadily emerge bringing a pleasing tranquility. While away the day with Hyde Park.* У фрагменті наголошується заспокійлива чистота природи (*pleasing tranquility*), яку людина може відчутти, прогулявшись Гайд парком. Також у дескрипції маємо чітку вказівку на те, що цей парк належить до найбільших королівських парків Лондона (*Hyde Park is one of the largest Royal Parks in London*), а також вказується на велич природи посеред метушливого міста (*oasis of country side with in the heart of a buzzing metropolis*).

Британців характеризують як націю індивідуалістів [8, с. 59]. Серед причин формування сильного індивідуалістичного ядра в британській системі цінностей стало ізольоване географічне розташування країни. Саме це вплинуло на формування особливого острівного характеру британців (*insular spirit*) – особливий потяг до усамітнення відрізняє британців від інших націй [9]. Індивідуалізм британців вбудований у традиції та втілений у життя («Individualism is built into custom and practice», – говорять британські соціологи [10, с. 102]); навіть у дескрипціях парфумерних ароматів можна знайти відображення індивідуалістичного духу британців. Так, у парфумах «Pure White Cologne» від Creed наголошується: *Pure White Cologne is for the assured man who is confident and comfortable in his style, relaxed and assured in his approach to life. A man who wears a fragrance lightly and confidently, as though it were designed for him alone.* Рекламодавці створюють враження, що парфуми розробляються індивідуально під потреби кожного споживача (*as though it were designed for him alone*). Часто апеляція до індивідуалізму відображається в рисах характеру, таких як впевненість (*assured man who is confident in his style*), гордість (*This fragrance is bursting with the same sense of pride and passion («Victory»*)), цілеспрямованість (*Boadicea the Victorious has encapsulated the multi fascinated personalities of these inspirational leaders <British female rulers>, strong, yet subtle, purposeful yet delicate («Almas»*); *Its rich tones and heady woods indicate a strong sense of purpose and direction («Victory»*). У таких фрагментах парфумерного дискурсу імпліцитно надається інформація, що Британія – це давня могутня держава, а її нація перейнята завойовницьким духом, відважністю та наполегливістю. Навіть назва одного з парфумерних будинків Британії Boadicea the Victorious (дескрипції парфумів цього бренду складають значну частину нашої вибірки) є досить промовистою, адже королева Боудіка (Boadicea), яка очолювала повстання кельтських племен проти римської окупації [11], уособлює не лише жіночу мудрість, а й цілковиту відважність у войовничих справах.

Індивідуалізм як риса британців тісно пов'язаний з образом ідеального джентльмена, що також є ключовою

складовою британського менталітету. Справній джентльмен – це чоловік благородного походження, освічений, стриманий, який вдало оперує словом і дотримується вишуканого стилю [7, с. 146]. Деякі риси британського джентльмена відображено і в парфумерному дискурсі: *Challenging, masculine, optimistic and thrusting – Aventus is the ultimate experience for the modern man who builds on the legacy of the ages to develop his own unique and successful life style («Aventus», Creed).* У поданій дескрипції бачимо, що образ ідеального джентльмена осучаснився – тепер це уособлення мужності (*masculine*), оптимізму (*optimistic*); це чоловік, який не боїться викликів долі (*challenging*) та вибудовує власний стиль життя (*develop his own unique lifestyle*), при чому невід'ємною рисою сучасного ідеального чоловіка є успіх (*successful life style*), якого він досяг самостійно. Такий чоловік обов'язково є носієм елегантного стилю – прослідковуємо це в наступному описі: *Drawing on formulae from their archives, Creed recreates a cologne that will enhance a gentleman's aura and elegance but never overwhelm it («Pure White Cologne»).* Парфуми не затьмарюють, а лише підкреслюють елегантність та вишуканий смак джентльмена.

Ностальгія за минулими часами – ще одна риса британського характеру [10, с. 106]. Наприклад, парфуми «Eau de Cologne» від Penhaligon's були створені як згадка про джазові часи: *Lithe and highly polished, Eau de Cologne resonates with nostalgia for the bygone jazz age and the glitter of patent dancing shoes. Originally created in 1927 and has been resurrected as part of our 2010 Anthology Collection.* У поданому фрагменті парфумерного дискурсу надається історична довідка, що парфуми вперше були створені в 1927 році, а лише у двадцять першому столітті були випущені знову (*resurrected*) як ностальгія за минулими танцями в блискучому взутті (*glitter of patent dancing shoes*) під джазову музику (*bygone jazz*). Ностальгія тісно переплітається з сучасністю – у дескрипціях парфумів часто прямо вказується, що виробники поєднали сучасні та традиційні нотки для створення нового шедевру: *Creed have orchestrated traditional and modern notes to produce a triumphant accord («Pure White Cologne», Creed);* або наголошується, що парфуми є відголоском класичної доби з відтінком сучасності: *The mature tones harken back to a classic age with out for getting the «now» («Grace», Boadicea the Victorious).*

Незважаючи на встановлені роками традиції та консерватизм, британська нація пишається своїми святами та визначну роль відводить святкуванням. Дескрипції парфумів також пронизані цією ідеєю, наприклад, у описі знаходимо пряму апеляцію до веселих святкувань: *This scent will ensure you are dancing from dusk till dawn («Spirit», Boadicea the Victorious);* або окремі фрази, які висвітлюють атмосферу веселощів та танців: *full of vigour and delight; bubbling with activity and life; sparkles with a sense of celebration and occasion.* Цікавим є і наступний фрагмент дискурсу: *Intuitive is an effervescent fragrance full of verve and sparkle – it could be compared to champagne. This scent has a real feeling of celebration and decadence («Intuitive»),* де запах парфумів порівнюється з шампанським для передачі святкового настрою – все це додає святковості та невимушеності до аромату.

**Висновки і перспективи дослідження.** Проаналізувавши фрагменти рекламного парфумерного дискурсу,

ми дійшли висновку, що ціннісна картина британського суспільства знаходить своє відображення в лексичному наповненні рекламних текстів парфумів, що реалізується експліцитно та імпліцитно в англійських дескрипціях. Типовими виявилися лексичні одиниці на позначення традицій, зокрема культу королівської особи; любові до природи; індивідуалізму, який проявляється в рисах характеру британців; джентльмену як образу ідеального чоловіка; ностальгії за минулим. Перспективним є подальше образно-асоціативне дослідження дескрипцій парфумів, а також аналіз таких описів у гендерному аспекті.

### *Література:*

1. Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов : [коллективная монография] / под ред. Е. Ф. Серебряковой. – М. : Тезаурус, 2011. – 352 с.
2. Кривуля О. М. Філософія : [навчальний посібник] / О. М. Кривуля. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 592 с.
3. Ивин А. А. Аксиология / А. А. Ивин. – М. : Высшая школа, 2006. – 390 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
5. Ten core values of the British identity [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/comment/telegraph-view/3618632/Ten-core-values-of-the-British-identity.html>.
6. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
7. Парашук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / В. Ю. Парашук, О. А. Семенюк. – К. : Академія, 2010. – 240 с.
8. O'Driscoll J. Britain. The Country and its People: an introduction for learners of English / J. O'Driscoll. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 225 p.
9. Городецька О. В. Національно-марковані концепти в британській мовній картині світу XX століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Городецька. – К., 2003. – 21 с.
10. McDowall D. Britain in Close-up: An In-Depth Study of Contemporary Britain / D. McDowall. – Edinburgh : Pearson Education Limited, 2008. – 209 p.
11. Boudicca [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/75413/Boudicca>.

### **Поклад Т. С. Лингвокультурный аспект англоязычных дескрипций духов**

**Аннотация.** В статье исследуются англоязычные дескрипции духов с точки зрения британской системы ценностей, установлены способы репрезентации ценностей, проанализированы особенности их языковой реализации в дескрипциях.

**Ключевые слова:** британские национальные ценности, позитивная оценка, дескрипции духов.

### **Poklad T. Lingvocultural aspect of English fragrance descriptions**

**Summary.** The article investigates English fragrance descriptions from the perspective of the British values. The analysis has revealed the methods and verbal peculiarities of their realization in the language.

**Key words:** British national values, positive evaluation, fragrance descriptions.