

RU

Семантико-прагматические показатели прямой эвиденциальности в русскоязычном парфблогинге

Катышев П. А., Ли Мин-Чунь

Аннотация. Цель исследования – разработать типологию семантико-прагматических показателей прямой эвиденциальности, используемых в русскоязычном парфблогинге перцептором для вербализации собственного ольфактивного опыта. В статье определяется роль категории прямой эвиденциальности и экспериентивности в дискурсе парфюмерной критики. Рассматриваются разнообразные языковые средства, маркирующие прямую эвиденциальность, а также осуществляется систематизация выявленных показателей по семантико-прагматическим типам. Научная новизна работы заключается в разработке типологии прямой эвиденциальности, определяющей значения непосредственного освидетельствования аромата в дискурсе парфюмерной критики, что позволяет восполнить пробел в дискурс-ориентированных исследованиях информации, отражающей познавательный опыт субъекта речи. Материал исследования включает 150 текстов, созданных блогерами, ведущих русскоязычные каналы парфюмерной тематики (телеграм-каналы “Fragrantius” и «Духи наизнанку»). Результаты исследования свидетельствуют о том, что вербальные показатели прямой эвиденциальности отсылают к четырем типам значений, характеризующих обладание предметом (веществом), использование и манипулирование им, его психофизиологическое воздействие на субъекта, зависимость от него и влечение к нему. Это указывает на многоаспектность непосредственного освидетельствования и отражает ольфактивный опыт перцептора – субъекта парфюмерной критики.

EN

Semantic-pragmatic markers of direct evidentiality in Russian-language perfume blogging

P. A. Katyshev, Ming-Chun Li

Abstract. The aim of this study is to develop a semantic-pragmatic typology for direct evidentiality markers used by perceivers in Russian perfume blogging to verbalize their own olfactory experience. The article defines the role of the category of direct evidentiality and experientiality in perfume criticism discourse. Various linguistic means marking direct evidentiality are examined, and the identified markers are systematized according to semantic-pragmatic types. The scientific novelty of the research lies in developing a typology of direct evidentiality that determines the meanings of direct attestation of fragrance in perfume criticism discourse, thus bridging a gap in discourse-oriented studies of information reflecting the cognitive experience of the speaker. The research material comprises 150 texts authored by bloggers maintaining Russian-language perfume-themed channels (the Telegram channels “Fragrantius” and “Dukhi naiznanku”). The results of the study revealed that verbal markers of direct evidentiality refer to four types of meanings: a) characterizing possession of an object (substance), b) its use and manipulation, c) its psychophysiological impact on the subject, and d) dependence on or attraction to it. This indicates the multifaceted nature of direct attestation and reflects the olfactory experience of the perceiver – the subject of perfume criticism.

Введение

Актуальность исследования обусловлена рядом обстоятельств: 1) актуализацией проблемы изучения способов маркирования источников информации в различных типах дискурса, что требует расширения научных представлений о категории эвиденциальности за счет вовлечения новых дискурсивных практик, в том числе сенсорно-ориентированных; 2) нарастающим интересом к междисциплинарным исследованиям на пересечении лингвосенсорики, дискурсивного анализа и теории эвиденциальности, в частности к проблематике вербализации ольфактивного опыта перцептора в интернет-дискурсе; 3) переосмыслением традиционных представлений об «ольфактивной невыразимости» (McKenzie, 1923; Howes, 1987; Boisson, 1997; Candau,

Wathelet, 2011; Apresjan, 2001) в свете данных дискурса парфюмерной критики, демонстрирующих возможности преодоления этого ограничения, что открывает новые перспективы для исследования способов вербализации ольфактивного опыта; 4) необходимостью разработки методов моделирования и систематизации сенсорного опыта субъекта речи в различных дискурсивных практиках.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

- охарактеризовать теоретические основы учения об эвиденциальности, в том числе о прямой эвиденциальности (экспериментивности);
- описать основные показатели прямой эвиденциальности (экспериментивности), реализуемые в дискурсе парфюмерной критики;
- рассмотреть описания ароматов, указывающие на непосредственное взаимодействие перцептора с одорантом, в аспекте нескольких семантических типов;
- систематизировать выявленные показатели по семантико-прагматическим типам информации, определяющим прямую эвиденциальность в дискурсе парфюмерной критики.

При решении задач, определенных в работе, применяется комплекс методов: а) количественный метод с элементами сплошной выборки, предполагающей фиксацию всех показателей прямой эвиденциальности в текстах, размещенных в телеграм-каналах *Fragrantius* и *Духи наизнанку*; б) метод семантического анализа с процедурами экспликации эвиденциального (в том числе экспериментивного) содержания, стоящего за средствами запахопередачи (например, посессивными конструкциями, сенсорными глаголами, модальными конструкциями и др.); в) описательный метод, предполагающий основанный на наблюдениях поиск компонентов экспериментивного содержания в микроконтекстах, связанных с запахопередачей, и их последующую систематизацию в аспекте семантических типов; г) метод дискурсивного анализа, предполагающий изучение средств запахопередачи в контексте парфюмерной критики, оценивающей последствия, вызванные влиянием одоранта на перцептивно-когнитивную систему субъекта сознания (перцептора).

Материалом настоящего исследования послужили фрагменты текстов русскоязычной парфюмерной критики, отобранные в телеграм-каналах *Fragrantius* (<https://t.me/fragrantiusmax>) и *Духи наизнанку* (<https://t.me/sciscent>). Из общего массива в 300 публикаций было отобрано 150 текстов, содержащих показатели прямой эвиденциальности. Выбор самих каналов предопределен следующими обстоятельствами: а) каждый канал ведется более трех лет и содержит регулярно (не реже двух раз в месяц) публикуемые посты, посвященные парфюмерной проблематике; б) каждый из указанных каналов имеет более 5000 подписчиков; в) в каждом из них опубликовано более 500 текстов парфюмерной критики.

Теоретическую основу исследования составили положения теории эвиденциальности и экспериментивности, разработанные в трудах отечественных и зарубежных лингвистов. В частности, в работе учитывалась типология источников информации и эвиденциальности, предложенная следующими учеными: Т. Willett (1988), Н. А. Козинцева (1994), А. У. Aikhenvald (2004), В. А. Плунгян (2011), а также трактовка экспериментива как маркера личного освидетельствования (Comrie, 1976; Dahl, 1985; Кузнецова, Подгорная, 2023). Кроме того, при анализе материала принимались во внимание исследования ольфактивной вербализации (Сунь, 2001; Павлова, 2006; Majid, 2021; Hörberg, Larsson, Olofsson, 2022) и труды по проблеме «ольфактивной невыразимости» (McKenzie, 1923; Howes, 1987; Boisson, 1997; Candau, Wathelet, Olofsson, 2011; Apresjan, 2001). Специфика парфюмерного дискурса в сетевой среде рассматривалась с опорой на исследования (Басалаева, 2013; 2025; Евсенкова, 2022; Nikitina, Furuoka, 2023; Nikitina, 2024).

Практическая значимость исследования определяется перспективами внедрения полученных результатов в вузовские курсы по теории эвиденциальности, интернет-лингвистике, прагмалингвистике, дискурс-анализу и лингвосенсорике (включая теорию ольфактивной вербализации). Полученные данные могут послужить основой для разработки специализированного корпуса текстов русскоязычной парфюмерной критики, а также создания лексикографических ресурсов, охватывающих ольфактивную лексику русского языка.

Обсуждение и результаты

Прежде чем описать семантические типы прямой эвиденциальности, характеризующие ольфактивный отклик, обратимся к основным понятиям, определяющим проблематику статьи, – эвиденциальности и экспериментивности. Термин «эвиденциальность» восходит к английским лексемам “evidence” и “evidential”. Согласно Кембриджскому словарю (CD), “evidence” означает то, что помогает доказать истинность или ложность чего-либо. Однако, как отмечает Д. В. Козловский (2024, с. 61), в российском языкознании значение термина «эвиденциальность» не полностью совпадает с его английскими аналогами. Н. А. Козинцева (1994) и М. Ю. Григоренко (2011, с. 15) определяют эвиденциальность как языковую категорию, содержащую указание на источник сведений говорящего. Наличие в языке упомянутой категории позволяет говорящему маркировать происхождение передаваемых сведений. Тем самым, в зависимости от способа получения информации, выделяются различные типы эвиденциальности: экспериментивность, инференциальность, пересказывательность.

В лингвистике пока нет единой типологии эвиденциальности, о чем свидетельствуют работы Т. Уиллета (Willett, 1988), Н. А. Козинцевой (1994) и В. А. Плунгяна (2011), поэтому в данном исследовании мы опираемся на классификацию Т. Уиллета как наиболее распространенную (Козловский, 2024, с. 86). Т. Уиллет (Willett, 1988, р. 57–58) выделяет три базовых типа эвиденциальности: (а) *прямую эвиденциальность* (attested evidence) – указание на информацию, доступную для сенсорного восприятия субъектом; (б) *инференциальность* (inferring evidence) – признак восстановления ненаблюдаемых событий с опорой на источники вывода информации,

имеющиеся в опыте индивида; (в) *пересказываемость* (reported evidence) – отсылку к чужому источнику передаваемых сведений. Последние два типа являются подтипами косвенной эвиденциальности.

В рамках данного исследования устанавливаются показатели прямой эвиденциальности, которая в критическом парфюмерном дискурсе реализуется преимущественно как экспериентивность (личное освидетельствование), что указывает на непосредственный контакт субъекта сознания (перцептора) с одорантом.

Экспериентивность (экспериентив) – периферийная аспектуальная категория, общепринятое определение которой пока отсутствует из-за относительной малочисленности типологических исследований (Кузнецова, Подгорная, 2023, с. 359). Если ранние исследователи Б. Комри (Comrie, 1976) и Э. Даль (Dahl, 1985) определяли экспериентив как категорию, утверждающую (или отрицающую), что событие определенного типа произошло минимум один раз в течение определенного периода, то позднее ученые Дж. Байби, Р. Перкинс и У. Пальюка (Bybee, Perkins, Pagliuca, 1994) сместили акцент на характеризацию агенса через полученный опыт. В данной работе мы опираемся на определение Ю. Н. Кузнецовой и А. Д. Подгорной (2023, с. 360): экспериентивное значение присутствует, если а) X был участником ситуации минимум один раз или ни разу; б) это событие позволяет приписать X-у определенные свойства, знания или навыки. Данное определение наиболее релевантно для дискурса парфюмерной критики, где перцептор описывает свое непосредственное взаимодействие с парфюмерной композицией.

В исследовании выделены четыре типа информации с признаком прямой эвиденциальности, связывающей непосредственный ольфактивный опыт перцептора с одорантом.

1. Информация о наличии одоранта у субъекта критической рефлексии

(1) *Не скажу, что я прям фанат этого бренда (Byredo). Но уже несколько лет в моей коллекции их Oud Immortel...* (Fragrantius, 23.10.2025) (об аромате Oud Immortel бренда Byredo).

В данном фрагменте выделяются следующие экспериентивные показатели. Во-первых, посессивная конструкция (предлог в + предл. п. + притяжательное местоимение) маркирует наличие аромата у субъекта речи. Во-вторых, лексема *коллекция* определяется как совокупность предметов, представляющая внутреннюю целостность (БТСРЯ; ТСО; ТСУ), и указывает на систематизированное собрание ароматов, включающее упомянутый в сообщении парфюм, что также подтверждает владение им со стороны говорящего. В-третьих, темпоральный показатель *уже несколько лет* выражает длительность обладания данным ароматом.

(2) *Я должен вам признаться <...> Это (CH Birds Of Paradise For Him) мои первые духи, которые я выбрал только из-за флакона, даже не познакоившись с ароматом...* (Духи наизнанку, 19.07.2024) (об аромате CH Birds Of Paradise For Him бренда Carolina Herrera).

Посессивное местоимение *мои* не только маркирует принадлежность, но и имплицитно экспериентивные отношения между субъектом и объектом обладания, что подтверждается контекстом, свидетельствующим о личном опыте взаимодействия с определенным парфюмом (*я выбрал...*).

(3) *У меня есть вся конопляная линейка Bois 1920, но Salata стоит особняком...* (Fragrantius, 23.12.2024) (об аромате Salata бренда Bois 1920).

Фраза содержит показатель экспериентива: через посессивную конструкцию (*у меня есть*) субъект речи представляет себя обладателем нескольких парфюмов одной серии, в числе которых – Salata.

2. Информация об использовании и непосредственном манипулировании одорантом (со стороны субъекта критической рефлексии)

(4) *...решил освежить в памяти F. Malle (Frederic Malle) Carnal Flower, щедро нанес на запястье и походил весь день...* (Fragrantius, 19.04.2025) (об аромате Carnal Flower бренда Frederic Malle).

Экспериентивность в данном примере выражается через глаголы *решил*, *нанес* ‘распределить, расположить по поверхности чего-л.; покрыть слоем чего-л.’ (БТСРЯ; БУСРЯ) и *походил* ‘носить что-либо; держать на себе’ (БТСРЯ; ТСО; ТСУ), фиксирующие волевое решение субъекта покрыть парфюмом часть своей руки и продолжить некоторое время иметь на себе ароматическое вещество, с тем чтобы восстановить в памяти ощущения от его восприятия. Последовательность упоминаемых состояний и действий указывает на факт физического взаимодействия субъекта речи с одорантом, из чего следует, что именно непосредственный контакт с источником запаха обуславливает последующую стадию характеристики обонятельного ощущения.

(5) *Сколько раз нюхал (Hermessence Muguet Porcelaine), столько раз задавал себе вопрос: как такое могло выйти в марке с беспроигрышными ароматами...* (Духи наизнанку, 06.02.2025) (об аромате Hermessence Muguet Porcelaine бренда Hermès).

В примере (5) перцептивный глагол *нюхал* (1-е л., нсв., прош. вр.) указывает на многократность обонятельного восприятия данного аромата субъектом сознания. При этом итеративная конструкция (*сколько раз... столько раз...*) усиливает значение повторяемости, маркируя неоднократный прямой сенсорный опыт взаимодействия говорящего с парфюмерной композицией.

(6) *Из любопытства шикнул сейчас женскую новинку от Shiseido Ginza Night. И это оч (очень) сильно похоже на нишевую новинку от Room 1015 Jasmine Freak, про которую я буквально на днях постил...* (Fragrantius, 22.05.2025) (об аромате Ginza Night бренда Shiseido).

Глагол *шикнул*, употребленный в актуализованном значении ‘нанести ароматическое вещество с помощью пульверизатора’ (ср.: БТСРЯ; СМВ; ЭС), не только передает информацию о способе нанесения, но и указывает на непосредственное использование одоранта адресатом. Обстоятельство времени *сейчас* подчеркивает совпадение действия говорящего с моментом его речи. Сочетание указанных показателей объективирует экспериентивный компонент, свойственный содержанию приведенной фразы.

3. Информация о психофизиологическом воздействии одоранта на субъекта критической рефлексии (она может совпадать с показателями косвенной, инферентивной эвиденциальности, что свидетельствует,

как правило, о рациональном отслеживании и обобщении субъектом сознания реакций обонятельной системы на запаховые стимулы)

(7) *Сдуру нанес на кожу один пищик (Private Key To My Success) и при первом же занюхе в буквальном смысле выжгло ноздри лютейшим химозным компотом из АД <...> Хотел другие потестить из этой же линейки, но уже никак...* (Fragrantius, 12.11.2024) (об аромате *Private Key To My Success* бренда *Armaf*).

Так, в примере (7) экспериентивные показатели связаны с описанием интенсивного негативного воздействия одоранта на органы обоняния (*выжгло ноздри*). В подтверждение такого воздействия в описании восприятия аромата появляются характеристики, отсылающие к силе, чрезмерности, напору, с которыми одорант влияет на органы обоняния: *лютейший* ‘чрезмерный, причиняющий жестокие мучения’ (БТСРЯ; ТСУ; ТСО), *химозный* (жарг. ‘имеющий откровенный химический и ненатуральный аромат’) <компот из АД>. При этом фраза *...хотел другие потестить <...> но уже никак...* демонстрирует, что интенсивность психофизиологического воздействия одоранта привела к невозможности продолжения запланированных действий перцептора. Наречие *сдуру* ‘разг. по глупости’ (БТСРЯ; ТСУ; ТСО) дополнительно маркирует эмоциональное состояние сожаления, возникшее как следствие этого негативного ольфактивного опыта.

(8) *Пищкнул на запысье после сытного обеда и сильно пожалел. Чуть не вырвало. Пахнет какой-то странной и душной Латтафой. Как будто кто-то пил водку и закусывал мороженым с маракуйей и другими фруктами. А потом этого человека вырвало, и он упал лицом в цветы. <...> от этого прям тошно становится* (Fragrantius, 07.09.2023) (об аромате *Inside Out* бренда *The Gate Fragrances Paris*).

Негативная физиологическая реакция эксплицируется через безличные конструкции (*чуть не вырвало и становится тошно*). При этом наречия *чуть не* и *прям* усиливают выраженность негативного физиологического воздействия данного одоранта на субъекта речи, а оценочное прилагательное *душной* ‘тяжелый, удушливый (о запахе)’ (БТСРЯ; БУСРЯ; ТСУ; ТСО) указывает на физиологический дискомфорт говорящего. Помимо этого, паралингвистический маркер 🤢 (эмодзи тошноты) визуализирует вербальное описание отрицательной физиологической реакции субъекта речи. Совокупность указанных средств выражает экспериентивное значение физиологического воздействия одоранта на его носителя.

(9) *Tansu Silk – нежнейший вуальный сандал <...>. Он ни сладкий, ни гурманский, ни рассольный – напоминает лакированное дерево, на которое просыпали белый-белый лебяжий пух <...>. Воздушный, с грушевым и успокаивающим чайным тонами – обожаю в нем засыпать* (Духи наизнанку, 09.20.2023) (об аромате *Tansu Silk* бренда *Nos Republic*).

В (9) выделяются следующие экспериентивные показатели. Во-первых, фраза *обожаю в нем засыпать* указывает на положительное психофизиологическое влияние аромата на автора; ср.: *засыпать* ‘погрузиться в сон’ (БТСРЯ; БТСРГ). Во-вторых, оценочное прилагательное *успокаивающий* свидетельствует о психологическом воздействии ольфактивного стимула на перцептора, указывая на снижение уровня его тревожности и достижение состояния релаксации. Данное прилагательное также логически раскрывает причинно-следственную связь, объясняя, почему субъект речи предпочитает данный аромат.

4. Информация об аддикции и влечении субъекта критической рефлексии к одоранту (она также может пересекаться с показателями инферентивной эвиденциальности, поскольку указывает на характеристики ольфактивного отклика, определяющие волевые состояния субъекта сознания)

(10) *Velvet Iris приехал в @goldapple в начале осени, я тут же побежал нюхать и понял, что он мне нужен* (Духи наизнанку, 20.10.2025) (об аромате *Velvet Iris* бренда *Essential Parfums*).

В данном фрагменте выделяются следующие экспериентивные показатели. Во-первых, глагол движения *побежать* в сочетании с наречием *тут же* маркирует неотложную и импульсивную мотивацию автора по сравнению с нейтральными альтернативами этого глагола (например, *пойти, зайти* и др.). Во-вторых, фраза *побежал нюхать и понял, что он мне нужен* выражает осознанную, но непреодолимую психологическую потребность субъекта в данном одоранте.

(11) *Похоже, подсел я на эту штуку (Mentha Religiosa). Самый амбивалентный парфюм года. Love & Hate. Патологическая тяга какая-то* (Fragrantius, 07.09.2023) (об аромате *Mentha Religiosa* бренда *Roos & Roos*).

Предикат *подсесть* ‘жарг. Пристраститься к употреблению чего-либо’ (БТСРЯ; СРА; ССЛЖИС) и словосочетание *патологическая тяга* ‘непреодолимое сильное влечение’ (ср. толкование компонентов словосочетания в БТСРЯ; ТСУ; ТСО) отражают психологическую аддикцию автора к данной парфюмерной композиции. Кроме того, иррациональный характер этого влечения подчеркивается амбивалентной оценкой *Love & Hate*, которая показывает, что зависимость перцептора имеет глубокую бессознательную природу, а не просто характер осознанной потребности. Таким образом, указанные языковые средства свидетельствуют о маркировании экспериентива в данном контексте.

(12) *Сегодня снова с превеликим удовольствием облился лучшим на сегодняшний день пьянящим табачком в нише. Как говорится, рука сама потянулась. Чистый ароматический наркотик!* (Fragrantius, 15.11.2024) (об аромате *Montecristo Delegend Noir* бренда *Mille Centum*).

В (12) выявлены следующие экспериентивные показатели, свидетельствующие об аддиктивном отношении субъекта к аромату. Во-первых, глагол *облился* в сочетании с обстоятельственным оборотом *с превеликим удовольствием* указывает на чрезмерность использования одоранта говорящим, что характеризует аддиктивное поведение. Во-вторых, конструкция непроизвольного действия *рука сама потянулась* маркирует поведение автора как автоматическое – субъект представлен не как инициатор действия, а как свидетель неконтролируемой реакции своего организма, подчиняющегося компульсивной тяге. В-третьих, дескриптор *ароматический наркотик* отсылает к состоянию, которое испытывает субъект сознания по отношению к одоранту.

Таким образом, описанные типы информации с признаком прямой эвиденциальности (экспериментива) свидетельствуют о том, что в дискурсе парфюмерной критики перцептор (критик) действительно осуществляет прямое взаимодействие с одорантом, испытывая по отношению к нему какие-либо волевые, эмоциональные или физиологические состояния, а также демонстрируя реакции и совершая в той или иной мере контролируемые поступки. Тем самым, выявленные семантико-прагматические показатели эвиденциальности указывают на включенность источника запаха в личное пространство субъекта речи, испытывающего определенные состояния по отношению к источнику запаховой детекции, производящего действия, объектом которых выступает парфюм.

Заключение

Проведенное исследование позволило прийти к следующим выводам.

1. Прямая эвиденциальность (экспериментивность) представляет собой языковую категорию, маркирующую непосредственное взаимодействие перцептора с одорантом. В дискурсе парфюмерной критики экспериментивность не только указывает на факт личного освидетельствования, но и отражает многоаспектность ольфактивного опыта перцептора.

2. Анализ материала позволил выявить разнообразные языковые средства, раскрывающие контакт с одорантом в режиме прямой эвиденциальности. Это свидетельствует о многообразии способов вербализации запаха и демонстрирует возможности субъекта сознания в преодолении «ольфактивной невыразимости». К выявленным средствам относятся: на лексико-семантическом уровне – глаголы обладания (*иметь, есть*), перцептивные глаголы (*нюхать, обонять*), глаголы действия (*пишикать, наносить*) и т. п.; на грамматическом уровне – посессивные конструкции (*у меня есть, в моей коллекции*), безличные конструкции (*выжгло, вырвало*), итеративные конструкции (*сколько раз... столько раз...*) и др.

3. Использование описаний со значениями прямого ольфактивного опыта (например, нанесения, владения, психофизиологического воздействия и т. д.) служит прагматической цели – убедить адресата в реальности ольфактивного отклика и обосновать критическое отношение к нему.

4. На материале 150 текстов русскоязычной парфюмерной критики установлены четыре вида информации со значением прямой эвиденциальности: а) сведения о наличии одоранта у субъекта критической рефлексии; б) указания на использование и непосредственное манипулирование одорантом; в) ссылки на психофизиологическое воздействие одоранта; г) свидетельства, подчеркивающие влечение субъекта критической рефлексии к одоранту. Выявленные типы информации характеризуют многоаспектность экспериментивных показателей. Таким образом, показатели прямой эвиденциальности в дискурсе парфюмерной критики выходят за рамки простой фиксации сенсорного контакта и отражают степень включенности одоранта в личностное пространство перцептора.

Перспективным направлением дальнейших исследований представляется анализ косвенных эвиденциальных маркеров (инференции и пересказываемости) в текстах парфюмерной критики, что позволит более полно описать феномен эвиденциальности в рассматриваемой дискурсивной практике.

Материалы исследования | Research materials

1. БТСРГ - Большой толковый словарь русских глаголов: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы. Английские эквиваленты / под ред. Л. Г. Бабенко. <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyy-slovar-russkikh-glagolov>
2. ЭС - Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А. Энциклопедический словарь. <https://dic.academic.ru/contents.nsf/es/>
3. Души наизнанку (Кирилл Хайкин). 2022-2025. <https://t.me/sciscent>
4. СРА - Елистратов В. С. Словарь русского апро https://russian_argo.academic.ru/
5. БТСРЯ - Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyy-slovar>
6. БУСРЯ - Морковкин В. В., Богачева Г. Ф., Луцкая Н. М. Большой универсальный словарь русского языка. <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-universalnyj-slovar-russkogo-yazyka>
7. ТСО - Ожегов С. И. Толковый словарь Ожегова. <https://slovarozhegova.ru/>
8. СМВ - Словарь многих выражений. https://all_words.academic.ru/
9. ССЛЖИС - Словарь современной лексики, жаргона и сленга. <https://argo.academic.ru/>
10. ТСУ - Ушаков Д. Н. Толковый словарь Ушакова. <https://ushakovdictionary.ru/>
11. CD - Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/>
12. Fragrantius. 2022-2025. <https://t.me/fragrantiusmax>

Источники | References

1. Басалаева Е. Г. Динамические процессы в содержании оценочной семантики (на материале лексики обонятельного восприятия) // Terra Linguistica. 2025. Т. 16. № 1. <https://doi.org/10.18721/JHSS.16102>
2. Басалаева Е. Г. Языковая репрезентация запаха в парфюмерном интернет-дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 375.

3. Григоренко М. Ю. Функционально-семантическое поле эвиденциальности в современном русском языке: дисс. ... к. филол. н. Белгород, 2011.
4. Евсенова А. А. Лингвистический анализ современного парфюмерного дискурса // *Филологический аспект: международный научно-практический журнал*. 2022. № 7 (87).
5. Козинцева Н. А. Категория эвиденциальности (проблемы типологического анализа) // *Вопросы языкознания*. 1994. № 3.
6. Козловский Д. В. Актуализация категории «эвиденциальность» в дискурсе массмедиа: лингвосинергетический подход: дисс. ... д. филол. н. Саратов, 2024.
7. Кузнецова Ю. Н., Подгорная А. Д. К описанию релевантных контекстов для экспериентивности в Новом Завете // *Acta Linguistica Petropolitana*. 2023. № 19-3.
8. Павлова Н. С. Лексика с семей 'запах' в языке, речи и тексте: дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2006.
9. Плунгян В. А. Введение в грамматическую семантику: грамматические значения и грамматические системы языков мира. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2011.
10. Сунь Х. Принципы номинативного структурирования семантического поля: на примере средств обозначения запаха в русском и китайском языках: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2001.
11. Aikhenvald A. Y. Evidentiality. Oxford: Oxford University Press, 2004.
12. Apresjan J. D. Systematic lexicography. Oxford: Oxford University Press, 2001.
13. Boisson C. La dénomination des odeurs: variations et régularités linguistiques // *Intellectica*. 1997. Vol. 1. Iss. 24.
14. Bybee J., Perkins R., Pagliuca W. The evolution of grammar: Tense, aspect and modality in the languages of the world. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
15. Candau J., Wathelet O. Les catégories d'odeurs en sont-elles vraiment? // *Langages*. 2011. Vol. 181. <https://doi.org/10.3917/lang.181.0037>
16. Comrie B. Aspect: An Introduction to the Study of Verbal Aspect and Related Problems. Cambridge: Cambridge University Press, 1976.
17. Dahl Ö. Tense and aspect systems. Oxford, 1985.
18. Hörberg T., Larsson M., Olofsson J. K. The Semantic Organization of the English Odor Vocabulary // *Cognitive Science*. 2022. Vol. 46. Iss. 11. <https://doi.org/10.1111/cogs.13205>
19. Howes D. Olfaction and transition: An essay on the ritual uses of smell // *Canadian Review of Sociology / Revue canadienne de sociologie*. 1987. Vol. 24. Iss. 3. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.1987.tb01103.x>
20. Majid A. Human Olfaction at the Intersection of Language, Culture, and Biology // *Trends in Cognitive Sciences*. 2021. Vol. 25. Iss. 2. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.11.005>
21. McKenzie D. Aromatics and the Soul: A Study of Smells. L.: William Heinemann Publ., 1923.
22. Nikitina L. Fragrance lexicon for analysis of consumer-generated perfume reviews in Russian and English // *Methods X*. 2024. Vol. 12. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2024.102627>
23. Nikitina L., Furuoka F. Words of scents: a linguistic analysis of online perfume reviews // *Linguistics Vanguard*. 2023. Vol. 9. Iss. 1. <https://doi.org/10.1515/lingvan-2022-0135>
24. Willett T. Cross-linguistic survey of the grammaticalization of evidentiality // *Studies in Language. International Journal sponsored by the Foundation "Foundations of Language"*. 1988. Vol. 12. Iss. 1. <http://dx.doi.org/10.1075/sl.12.1.04wil>

Информация об авторах | Author information

RU

Катышев Павел Алексеевич¹, д. филол. н., проф.
Ли Мин-Чунь²

^{1,2} Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, г. Москва

EN

Pavel Alekseevich Katyshev¹, Dr
Ming-Chun Li²

^{1,2} Pushkin State Russian Language Institute, Moscow

¹ katpa@rambler.ru, ² ming-li-1028@yandex.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 24.12.2025; опубликовано online (published online): 05.02.2026.

Ключевые слова (keywords): дискурс парфюмерной критики; ольфактивная вербализация; русскоязычный парфблогинг; прямая эвиденциальность; экспериентивность; perfume criticism discourse; olfactory verbalization; Russian-language perfume blogging; direct evidentiality; experientiality.