

УДК81'42

**К ВОПРОСУ О ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «ЗАПАХ»  
В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

**ON VERBALIZATION OF THE CONCEPT «SMELL» IN FICTION**

**В. В. Мамцева**

**V. V. Mamtseva**

*ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный педагогический  
университет им. И. Я. Яковлева», г. Чебоксары*

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена анализу различных вербальных обозначений ольфакторных проявлений в художественной литературе. Делается акцент на недостаточности лексического аппарата, служащего для обозначения запахов, дефиците семантического поля ольфакторных явлений, а также фактическом отсутствии самостоятельных научных исследований по данной тематике. Освещены вопросы, связанные с ролью вербальных обозначений ольфакторного пространства в художественной литературе в сравнении с вербальными обозначениями проявлений иных чувств человека. Автор уделяет значительное внимание исследованию причин недостаточности ольфакторной лексики в естественных языках на материале немецких текстов. На основе изучения ряда научных работ отечественных и зарубежных исследователей автором настоящей статьи делается вывод о том, что запахи с трудом поддаются языковой кодировке. Кроме того, обосновывается положение о том, что изучение вопросов вербализации ольфакторных проявлений имеет принципиальное значение для филологической науки.

**Abstract.** The present article is devoted to the analysis of various verbal designations of olfactory manifestations in fiction. The author stresses the lack of lexical means of designation of smells, deficiency of a semantic field of olfactory phenomena, and also the lack of independent scientific researches on this subject. The author also considers the issues of verbal designations of olfactory space in fiction in comparison with verbal designations of manifestations of other human feelings. The author pays a particular attention to investigating the reasons for insufficiency of olfactory lexicon as exemplified in German. On the basis of studying a number of scientific works of the Russian and foreign researchers, the author concludes that smells are hardly codified. Besides, the author substantiates the idea of studying the problem of verbalization of olfactory manifestations is of principal significance for philology.

**Ключевые слова:** *осязание, запах, ольфакторный, восприятие, репрезентация, вербализация, языковая идентификация, описание запахов.*

**Keywords:** *tactile sensation, smell, olfactory, perception, representation, verbalization, language identification, description of smells.*

**Актуальность исследуемой проблемы.** Запах, его восприятие, интерпретация и отношение к нему является культурным, исторически и социально формирующимся феноменом [14, 53]. Данная тематика представляется актуальной в связи с тем, что на сегодняшний день наряду со значительным числом исследований запахов в области нейрофи-

зиологии, философии, биологии и медицины, химии и физики, психологии и сексологии, антропологии и социологии вопросы вербализации концепции «запах» в научных работах по филологии освещены не в полной мере.

**Материал и методика исследований.** Материалом для исследования послужил ряд работ отечественных и зарубежных специалистов, в том числе немецких, английских, румынских и др., посвященных вербализации запахов в художественной литературе. В процессе исследования были применены методы анализа, синтеза, дедукции, обобщения, абстрагирования.

**Результаты исследований и их обсуждение.** На сегодняшний день мы можем наблюдать большое количество запахов, которые чаще всего не имеют определения. Как указывает А. И. Костяев, «для многих запахов препятствием является обыкновенный лист бумаги» [3, 10]. Действительно, в научной литературе совершенно справедливо отмечается, что шаблонные лексемы для выражения ольфакторных категорий отсутствуют практически в каждом языке. Как свидетельствует Ю. Гшвинд, нами встречается лишь 40–50 % примеров идентификации запахов из всех имеющихся ароматов [11, 115]. На недостаточность вербальных обозначений запахов, отсутствие семантического поля запахов и необходимость подробных исследований в данной области указывает и Х. Д. Риндисбахер: «Хотя 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» [5, 581–582]. Автор настоящей работы солидарен с позицией ученого в том, что, в сравнении с другими чувствами, для вербального выражения запахов лексических обозначений действительно мало. Вместе с тем в литературе отмечается, что, например, в языке ли-ванци, на котором говорит охотничий народ в западно-африканской части Габона, имеются специальные определения запахов, необходимые мужчинам во время охоты [8, 188].

В нейробиологии была предпринята попытка объяснить недостаточность ольфакторной терминологии. Результатом этого поиска стало введение в научный оборот так называемой теории вторичного кодирования. Согласно этой теории существует самостоятельная ольфакторная образная система, в которой представления запахов условно разделены на две как структурно, так и функционально самостоятельные области: вербальную и образную [7, 217]. Из этого следует, что язык и запах являются обособленными функциональными системами. Но это не исключает, по утверждению М. Диакону, распространения вербализации запахов на ольфакторные переживания, а наоборот, может повлиять на ольфакторное возбуждение репрезентации языкового стимула [7, 217]. Позицию М. Диакону дублирует мнение Ю. Гшвинд, согласно которому критический уровень, который побуждает идентифицировать запахи, является очень высоким [11, 117]. Необходимо отметить, что возможность использования конкретных обозначений при восприятии запаха является более затруднительным, нежели в случае с другими чувствами.

С учетом специфики проблемы необходимо подчеркнуть, что если и встречаются примеры вербализации ольфакторных обозначений, то выражение основных характеристик запахов осуществляется в связке с другими чувствами человека, при этом чувство обоняния в основном встречается в ассоциации с чувством вкуса. Так, П. Фауре, указывая на языковую связь между вкусом и обонянием, выделяет следующие прилагательные в немецком языке, которые могут не только охарактеризовать аромат, но и вызвать при этом аппетит: *herb, bitter, sauer, scharf, ambrosisch, ekelhaft, würzig, köstlich, animalisch, verschwommen, ineinander übergehend, betäubend, ekeleregend, opiumhaltig, ranzig, tonisch* [10, 13].

Прежде чем перейти к причинам недостаточности ольфакторной терминологии, необходимо взять во внимание значимость запахов в целом в жизни человека. Безусловно, зрение и слух – это основные органы чувств человека, в сравнении с которыми обоняние играет второстепенную роль. Вместе с тем было бы ошибочным утверждать, что обоняние не несет никакой информации. Напротив, это особый инструмент получения информации, который нельзя недооценивать. Используя только лишь зрение и слух, мы получаем неполноценное представление об изучаемом предмете. Применительно же к исследуемой нами проблеме следует отметить, что, как и в повседневных коммуникативных процессах человека, в художественной литературе роль запахов также является недооцененной. В этой связи нельзя не согласиться с мнением Н. Л. Зыховской о том, что вербализация запаха в художественной литературе зависит от компетентности автора [2, 26]. Писатель выражает то, что он видел, слышал, трогал, вкусил. Точно так же он должен уметь описать то, что услышал посредством обоняния. Автор конкретного произведения является своего рода ольфакторным переводчиком, когда передает нам определенную информацию о запахе. Ведь он в буквальном смысле этого слова переводит свои ощущения, свое чутье, настроение, переживания на язык, что удается лишь немногим. Отсюда следует, что запахи выступают в качестве некоего подобного иностранному, не знакомого нам языка, и только благодаря данному переводчику мы, в конечном счете, можем получить, воспринять первоначальный вариант информации в виде запаха и связанных с ним ощущений. Как отмечает О. Вайнштейн, «самые изощренные писатели всегда старались найти верные слова, чтобы хоть как-то уловить дразнящую прелесть запахов» [1, 6]. М. Диакону также находит вербализацию запахов или воспоминаний о них у писателей [7, 217]. Представляется возможным сделать вывод о том, что в процессе ольфакторной вербализации писатели интуитивно находят оптимальное решение для специфических сложностей запаха.

Одной из основных проблем вербализации запаха, по мнению Н. Л. Зыховской, является неспособность удерживания в памяти запахов подобно словам или значениям: «Человек может припомнить свое состояние во время вдыхания запаха, но сам запах оказывается вне памяти, она неспособна вместить в себя обонятельное ощущение в силу его нюансового характера, а также в силу отсутствия в сознании механизма «якоря» применительно к обонятельной сфере. Именно эта «физиология» и определяет проблематичность всей цепочки действий по вербализации обонятельных ощущений, но она же и провоцирует художественное пространство к постоянному поиску «нового адекватного» [2, 28].

В качестве другой возможной причины недостаточности ольфакторной терминологии А. Левинсон называет ольфакторную революцию. До недавнего времени ввиду того, что запахи тела являлись сугубо личным моментом, они не могли обсуждаться в публичных ситуациях, что, конечно же, отрицательно повлияло на «порождение» текста [4, 26]. На сегодняшний день ольфакторное пространство вышло на другой уровень, что, возможно, и привлекло внимание исследователей перечисленных выше наук.

Иной подход к данной проблеме предлагает П. Хольц. По его мнению, одной из основных причин отсутствия ольфакторной терминологии является тот факт, что в процессе эволюции использование такого чувства, как обоняние, потеряло свою актуальность [12, 84].

В данном контексте хотелось бы отметить существование такого феномена, как «tip of the nose», предложенного Лавлисс и Энген [11, 117]. Его сущность заключается в том,

что опрашиваемому предлагается определить знакомый его памяти аромат, но в результате испытуемый не может вербализовать его. Даже известный запах, с которым связано множество ярких воспоминаний, не может быть обозначен. Согласно М. Диакону, феномен «tip of the nose» может быть применен к любой ситуации, при которой мы говорим о запахах [7, 217].

Помимо феномена «tip of the nose», Ю. Гшвинд выделяет личную особенность (идиосинкразию) языка, которая влияет на вербализацию запаха [11, 117]. Зачастую именно личные переживания во взаимодействии с запахом, как отмечает ученый, и составляют значительную часть ольфакторной лексики.

Говоря о вербализации запахов в художественной литературе, следует обратить внимание на понятие «языковая кодировка обоняния», предложенное Х. Д. Риндсбахер. При описании обонятельных феноменов под языковой кодировкой понимается выражение запаха посредством языка, которое «требует двух взаимодополняющих мыслительных операций – отбора элементов из парадигмы, основанной на сходстве (или различии), и осмысленного сочетания отобранных элементов согласно синтаксическим правилам данного языка» [5, 586]. По мнению ученого, существуют два вида языковой кодировки:

1) конструкции типа «запах чего-либо» (выступают наиболее привычным приемом для описания запаха);

2) конструкции типа «запах хороший» либо «запах плохой», «запах приятный» или «запах неприятный» (наиболее простая классификация запахов, выражено метафорическое отношение).

М. Диакон в своей работе «Размышления об эстетике осязания, нюха и вкуса» [7, 216–217] также обращает внимание на проблему чувств и отмечает, что мы всегда описываем запах исходя из его источника: *Ich rieche nach dir. Dein Geruch verfolgt mich, verfolgt und besitzt mich* [9, 186]. Вместо того чтобы сказать, как пахнет, мы используем сравнения: *Du duftest wie das frische Brot am Morgen, Du duftest wie Ginster und Farn* [10, 12].

В свете изучения проблемы вербализации концепта «запах» в художественной литературе определенный интерес представляет способ вербализации запаха в тексте, выделенный Л. Н. Зыховской. В целях вербализации ольфактория автор текста может использовать персонификацию запаха, в результате чего происходит его самоидентификация с предлагаемым ароматом. Таким образом, «запах можно надеть на себя как одежду, как маску, как свой новый облик, можно поправить им собственные недостатки, восполнить слабости собственного характера» [2, 32]. Для достижения персонификации либо любой другой языковой кодировки О. И. Вайнштейн предлагает некий ассоциативный принцип. Если согласиться с автором, этот принцип, положенный в основу вербализации запахов и связанных с ним ощущений, должен помочь «превратить вербализацию ольфакторного явления в акт коммуникации» [2, 40]. Данный список можно продолжить дальше либо соединять комбинации при описании, что также может послужить более развернутому и точному описанию запаха. Наиболее востребованными ассоциациями, как отмечает ученый, при этом являются:

1) союз осязания (холодный, теплый) и вкуса (сладкий, горький): *Ihr Atem ist wie Honig, mit duftender Nelke gewürzt, Ihr Mund so köstlich wie eine reife Mango* [6, 327];

2) цветовой (темный, светлый, прозрачный): *Unser Boot gleitet über eine Fläche aus veilchenfarbenen Lilien, voll des frischen und süßen Duftes* [13, 277];

3) настроение (веселый, задорный, романтичный): *Die Spuren ihrer Sandalen im Sand zeigen mir, wo sie ist, aber mehr noch als die Spuren lockt mich ihr Dufthauch. Kühn und erregend* [13, 109];

4) мышечные ощущения (тяжелый, легкий):

*Und da liegt sie wieder in meinen Armen*

*sie liebkost mich mit ihrem leichten Duft*

*sagt mir die Liebesworte von einst* [13, 58];

5) чувство времени (утренний, дневной, вечерний, ночной): *Du nahst dich mir mit dem Geruch des frisch geschnittenen Morgengrases. Meine Brustwarzen härten sich* [6, 50];

6) функциональность (зовущий, манящий, фантазийный, магический, уютный): *Vor kurzem ging sie weg, geblieben ist hier neben mir nur ihr Geruch. Aber der ist lebendig, noch warm von ihr und so berauschend, dass er mir die Zeit bis morgen ewig lang erscheinen lässt* [13, 108];

7) интенсивность (тонкий, резкий, дурманный): *Im Zustand der höchsten Konzentration stellte er den süßesten und intensivsten Duft dar, den man bis dahin gekannt hatte* [13, 205];

8) эмоциональность (нежный, агрессивный, спокойный): *Das Parfüm, das du immer bei dir trägst, oh Aphrodite, ist nicht nur das sinnlichste und verheißungsvollste für die Liebe, es verwandelt auch in Schönheit was wir sehen, so als ob es alle Dinge und alle Lebewesen zu glücklicher Schönheit machte* [13, 225].

Х. Д. Риндисбахер, исследуя механизмы вербализации запаха, ссылается на три модели языка. Он выделяет деконструктивистскую, дискурсивную и инференциальную модели [5, 585–586]. В качестве одной из наиболее сложных из них Н. Л. Зыховская рассматривает деконструктивистскую [2, 41], то есть наложение одной системы описания на другую, или, по определению самого исследователя, «понятийное наложение» [5, 585]. Традиционно во всех этих моделях отсутствие терминологии для обозначения запахов восполняется за счет метафоры и метонимии. При этом необходимо помнить, что метонимия употребляется при описании типа запаха, а метафора применяется для оценочного суждения. Исследователь призывает использовать их в качестве «переноса, наложения, перевода и формирования аналогий» [5, 585], что в результате должно помочь описать ольфакторную информацию богаче и интереснее.

Современные ученые экспериментальным путем установили, что запахи являются невербальными диффузными впечатлениями и имеют склонность к синестезии [7, 217]. Это говорит о том, что они могут быть выражены посредством языка только косвенно, то есть могут быть описаны только при помощи метафор как сокращенная форма корреспонденции. Важно также отметить, что метафорические обозначения встречаются в три с половиной раза чаще, чем прилагательные для объективного описания запахов. О метафоре как о феноменологии перевода с языка ощущений пишет и Л. Н. Зыховская [2, 27]. По всей видимости, выражая ольфакторную информацию, автор оказывается в субъективном пространстве аналогий, ассоциаций, в результате чего основным инструментом его деятельности выступает употребление синонимов.

Большое количество «объективных» и метафорических обозначений является в действительности не таким многообразным, как кажется. М. Диакону отмечает, что всего десять процентов наиболее частотных прилагательных составляют около половины употребляемой нами лексики при описании запахов [7, 214].

**Резюме.** Проблему языковой идентификации и вербализации запахов представляется возможным оценивать как потенциальную научную задачу для самостоятельного лингвистического исследования. На основе проведенного исследования необходимо подчеркнуть, что запахи, будучи явлением, обладающим сложной архитектурой, с трудом поддаются языковой кодировке. Отсутствие широкого лексического аппарата для обозначения запахов можно рассматривать как одну из характерных черт вербализации обоняния. Ольфакторное пространство в языке обладает особыми семантическими характеристиками, что позволяет говорить о принципиальной значимости анализа средств и способов вербализации запахов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Ароматы и запахи в культуре* / под ред. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2010. – 659 с.
2. *Зыховская, Н. Л.* Ольфакторная поэтика : запахи в художественных текстах / Н. Л. Зыховская. – Челябинск : Энциклопедия, 2011. – 152 с.
3. *Костяев, А. И.* Ароматы и запахи в истории культуры: знаки и символы / А. И. Костяев. – Изд. 3-е. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 144 с.
4. *Левинсон, А.* Повсюду чем-то пахнет / А. Левинсон // *Ароматы и запахи в культуре*. Кн. 2 / сост. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2010. – С. 7–39.
5. *Риндисбахер, Х. Д.* От запаха к слову: моделирование значений в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер» / Х. Д. Риндисбахер // *Ароматы и запахи в культуре*. Кн. 2 / сост. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2010. – С. 579–607.
6. *Allende, I.* Aphrodite: eine Feier der Sinne / I. Allende. – Frankfurt am Main : Verl. Suhrkamp, 1998. – S. 327.
7. *Diaconu, M.* Tasten-Riechen-Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne / M. Diaconu. – Würzburg : Königshausen & Neumann, 2005. – S. 496.
8. *Dubois, D.* Cultural beliefs as nontrivial constraints on categorization. Evidence from colors and odors / D. Dubois // *Behavioral and brain sciences*. – 1997. – № 20 (02). – P. 188–188.
9. *Ebberfeld, I.* Botenstoffe der Liebe: über das innige Verhältnis von Geruch und Sexualität / I. Ebberfeld. – Hamburg : Campus Verlag, 1998. – S. 252.
10. *Faure, P.* Magie der Düfte: eine Kulturgeschichte der Wohlgerüche. Von den Pharaonen zu den Römern / P. Faure. – München und Zürich : Artemis & Winkler-Verl., 1991. – S. 351.
11. *Gschwind, J.* Repräsentation von Düften / J. Gschwind. – Augsburg : Dr. Bernd Wißner, 1998. – S. 232.
12. *Holz, P.* Die Sprache des Parfums. Eine empirische Untersuchung zur Grammatik, Metaphorik und Poetizität des Parfumwerbetextes / P. Holz. – Hamburg : Verlag Dr. Kovari, 2005. – S. 308.
13. *Paolo, R.* Auf der Suche nach den verlorenen Düften : eine aromatische Kulturgeschichte / R. Paolo, F.-R. Susanne. – М. : Hugendubel, 1995. – S. 284.
14. *Raab, J.* Soziologie des Geruchs : über die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung / J. Raab. – Konstanz : UVK-Verl.-Ges., 2001. – S. 415.