

И. А. Ахьямова
Екатеринбург

СОЦИАЛЬНОЕ И ЛИЧНОЕ В ОЛЬФАКТОРНОЙ КУЛЬТУРЕ

Ключевые слова: ольфакторная культура, запахи, восприятие запахов, влияние запахов.

Аннотация. В статье представлены некоторые особенности ольфакторной культуры личности, исторические и современные подходы к ней, рассматривается запах как социальный и культурный феномен, средства ольфакторной культуры личности.

I. A. Ahiyatova
Yekaterinburg

SOCIAL AND PERSONAL IN OLFACTORY CULTURE

Keywords: olfactory culture, smell, odor perception, the impact of odors.

The summary. This article presents some features of olfactory culture of a personality; historical and modern approaches to it; smell is considered as a social and cultural phenomenon; the means of olfactory culture of a personality.

Известно, что обонятельные ощущения воздействуют на человека на физическом, психологическом и социальном уровнях. Однако в большинстве случаев, вдыхая окружающие ароматы, люди не в полной мере осознают их значение в жизни. И лишь когда по каким-то причинам у человека что-то не в порядке с обонянием, он начинает понимать, насколько важно восприятие запахов для психологического комфорта. Известно, что и наша симпатия или антипатия к человеку может зависеть от его запаха, который, подобно отпечаткам пальцев, у каждого абсолютно индивидуален и определяется множеством факторов, в том числе и набором генов [3, с. 41].

Существует небольшой ряд современных исследований, посвященных ольфакторным компонентам экспрессивного поведения личности и их роли в ее презентации, выполненных в области культурологии, антропологии, социологии (О. Б. Вайнштейн, © Ахьямова И. А., 2011

О. А. Герасимова, М. Детьен, Л. Марлье, Р. Трембле и др.). В них подчеркивается специфика ольфакторного поведения личности, в котором запахи (естественные и искусственные) выполняют ряд социально-психологических функций: прежде всего, создают образ человека и управляют впечатлением, отношениями и т.д. И хотя в социальной жизни роль запахов остается невероятно большой, культура их повсеместного использования и направленного применения в общении отсутствует.

К. Классен, Д. Хоувз, Э. Синнотт считают, что, невзирая на важнейшую роль, которую обоняние играет в нашем эмоционально-сенсорном восприятии, современная западная культура из всех человеческих чувств уделяет ему наименьшее внимание. В свою очередь, убеждаемся, что, несмотря на постоянную актуальность проблемы культурного использования и толкования запахов, отечественная наука также уделяет недостаточно

внимания изучению роли запахов в управлении впечатлением, почти не рассматривает проблему влияния на интерпретацию запахов гендерной идентичности субъекта, не придает значения роли запахов как средству презентации социальной и гендерно-ролевой идентичности личности. Литературы, необходимой для изучения ольфакторной культуры, чрезвычайно мало, особенно это касается трудов отечественных авторов. Как следствие, ольфакторной культуре не обучают специалистов, работа которых связана с людьми. С сожалением можно констатировать, что культура запахов в России не совершенствуется ни как область науки, ни как сфера практического повсеместного применения.

Под *ольфакторной культурой* мы представляем личностное образование, характеризующееся уровнем развития способностей к постижению, интерпретации и обогащению окружающей среды посредством запахов, степенью восприятия и использования их как способа познания себя и мира. Ольфакторная культура рассматривается нами как невербальная культура и компонент культуры невербального общения личности, наряду с визуальной, аудиальной, кинетической и др.

Изучение ольфакторной культуры возможно лишь на основе тщательного рассмотрения вопросов, связанных с обонянием. С.В. Рязанцев, представляя обоняние, подробно говорит об его утраченном первенстве среди чувств, появившихся в процессе эволюции [4, с. 248]. Для современного человека обоняние – третьестепенное чувство. В отличие от животных, 90% информации человек получает через зрение, около 5% – с помощью слуха, на обоняние же приходится лишь около 2%. Казалось бы, обоняние потеряло высокий статус в обеспечении двух важнейших функций – питания и размножения. На самом же деле запахи влияют на людей гораздо сильнее, чем принято думать. Даже тогда, когда они не

воспринимаются сознанием, как, например, феромоны – вещества, делающие нас привлекательными для противоположного пола. Они интенсивно образуются в области носогубной складки и верхней губы. Феромоны человек не осознает как запахи – просто вдыхает и бессознательно анализирует.

Существуют ароматы, которые одному человеку кажутся восхитительными, другому – неприятными, а третий их просто не различает. От влияния этих запахов может зависеть обучаемость человека, его память, интеллектуальная работоспособность или умение различать оттенки цвета и вкуса. Приятные запахи способствуют улучшению самочувствия человека, а неприятные могут оказывать угнетающее влияние, вызывать различные отрицательные реакции вплоть до тошноты, рвоты, обморока (от сероводорода, бензина и пр.); они способны изменять температуру кожи, вызывать отвращение к пище или отказ от нее, обострять чувствительность нервной системы, вести к подавленности, раздражительности [1, с. 142].

Однако запах – не просто биологическое и психологическое явление. Запах – феномен культурный (а значит, социально-исторический). Запахи наделены культуросоответствующими значениями и участвуют в общественной жизни, облегчая процесс идентификации мира и взаимодействия с ним. Следовательно, исследование истории запахов в культуре представляет собой не что иное как проникновение в самую суть человеческой культуры.

Древние народы относились к ароматам с большим уважением. При археологических раскопках найдены ароматические вещества, которые приготовлены 5 тысяч лет назад. В Древнем Египте знали, что каждая часть тела источает свой запах, и средства для умащивания готовили отдельно. Умели готовить и духи: более или менее приятные ароматы исходили от самих людей и их одежд, они струились из гроб-

ниц и наполняли дома жителей этой страны, а во время праздничных шествий даже вода в сточных канавах наполнялась благоуханиями. Знания о запахах имелись и в древней Индии. Древние римляне, особенно женщины, имели обыкновение сильно душиться и окружать себя сильными запахами, такими как нард (нежное ароматное растение, близкий родственник валерианы. Обладает сладковато-пряным ароматом, с оттенками дерева и валерианы. Маслом из нарда Мария Магдалина умащала ноги Христа перед Тайной Вечерей). Впервые механизм обоняния попытался обосновать римский поэт Лукреций Кар в своей поэме «О природе вещей» 2 000 лет тому назад. С тех пор было предложено порядка тридцати теорий для обеспечения механизмов запаха. Наибольшую дискуссию вызывал вопрос, должны ли молекулы пахучего вещества приходиться в контакт с рецепторами или же это вещество излучает волны, которые и раздражают рецепторы. Вследствие этого все теории разделились на контактные и волновые. Если контактная теория была актуальна всегда, то волновая теория получила особенное распространение в XVIII веке и позже, по аналогии с волновой теорией света и волновой теорией слуха.

Необходимо признать, что в настоящее время мы пока еще не обладаем научно обоснованной системой классификации запахов. Несмотря на огромные достижения биохимии и физиологии, этот вопрос еще остается открытым. Самая старая из всех известных классификаций запахов принадлежит Карлу Линнею, который предложил классификацию в 1756 году и при этом разбил все запахи на семь классов. Одной из наиболее разработанных и употребляемых систем классификации является система Цваардемакера, опубликовавшего ее в первом варианте в 1895, а в окончательном виде – в 1914 году. Цваардемакер делил все пахучие вещества на девять клас-

сов: эфирные, ароматические, бальзамические, амбро-мускусные, чесночные, пригорелые, каприловые, противные, тошнотворные запахи.

Современные исследования ольфакторной культуры можно условно разделить на два течения: сторонники культурного релятивизма, к числу которых принадлежат главным образом психологи-«эмпирики» и антропологи, утверждают, что все гедонистические (от греч. «*gedon*» – наслаждение) свойства запахов человек усваивает исключительно извне. По их мнению, человек рождается «чистой доской», *apriori* не имея ольфакторного восприятия, и запахи для него «не имеют значения до тех пор, пока не будут связаны с определенным контекстом» [5, с. 87]. Противоположное течение, «универсалисты», представлено главным образом биологами, а также некоторыми антропологами, полагающими, что индивид может без всякой предварительной подготовки классифицировать запахи и вкусы по принципу психологического деления на приятное и отвратительное. Этой универсалистской концепции сопутствует «нативистский» подход, согласно которому гедонистическая классификация запахов не требует существенных культурных опор (она является функциональной с момента рождения), хотя и остается открытой для обучающего воздействия культуры.

По характеру влияния на человека специалисты разделили запахи на пять групп: освежающие или успокаивающие; стимулирующие положительные эмоции; притупляющие восприятие; вызывающие отвращение (запахи гниения, разложения органики, выделений, горелой резины, шерсти, запахи многих химикатов); вызывающие состояние нервной возбудимости [4, с. 286]. Приятные запахи способствуют улучшению самочувствия человека, а неприятные могут оказывать угнетающее влияние, вызывать различные отрицатель-

ные реакции вплоть до тошноты, рвоты, обморока (от сероводорода, бензина и пр.); они способны изменять температуру кожи, вызывать отвращение к пище или отказ от нее, обострять чувствительность нервной системы, вести к подавленности, раздражительности.

В 1885 году русский ученый П. А. Истаманов показал, что раздражение обонятельного анализатора человека «приятными запахами» (гелиотропином, розовым и бергамотовым маслами) вызывает понижение кожной температуры, падение кровяного давления, замедление пульса. «Неприятные запахи» (уксусной кислоты, сернистого аммония, аммиака и гнили) вызывают, наоборот, повышение температуры, повышение кровяного давления и учащение пульса.

Уже советскими физиками было установлено, что запахи могут вызывать разнообразные реакции в функции внешнего дыхания, изменять его ритм, действовать на возбудимость мышц, нервную систему и на амплитуду пульсации мозга. С. В. Рязанцеву в своих работах удалось выявить, что запах бергамотового масла, герантиола, камфоры повышают чувствительность глаза к зеленому цвету и понижают к красному; запах розмаринового масла расширяет поле зрения для зеленых и суживает для красных объектов, а индола – суживает для красных и расширяет для зеленых объектов. Современные научные исследования доказали, что запахи способны увеличивать мускульную силу – аммиак, например. Могут стимулировать органы дыхания – это характерно для ароматов березы, липы, тимьяна, лимона, эвкалипта, душицы. Могут, наоборот, угнетать их, действуя подобно запахам тополя, сирени, валерианы. Ароматы боярышника, зубровки, сирени, тополя, камфоры, а также в летнее время сосны и ели стимулируют сердечно-сосудистую систему, повышая частоту пульса и артериальное

давление. Те же сосна и ель зимой успокаивают пульс, понижают давление. Нормализуют работу сердечно-сосудистой системы запахи дуба, березы, ванили, мелиссы, валерианы. При коликах помогают ароматы фенхеля, майорана, мелиссы. Запахи черного перца, кардамона, жасмина стимулируют потенцию. Цитрусовые, розмарин и герань улучшают зрение, а ухудшают его неприятные запахи гниющих растений.

Наше настроение подвержено влиянию ароматов не меньше, чем физическое состояние. Пример тому – действие лаванды, камфоры, герани: их ароматы бодрят, внушают оптимизм, снимают депрессию. Почти у всех вызывают положительные эмоции запахи ландыша и фиалок. Чувство беспокойства способен вызвать аромат черемухи. Раздражение, приступы тошноты у многих вызывают запахи плесени, стоялой воды, болота. Аромат жасмина и сирени вызывает чувство покоя, и даже апатии. Обратный эффект у садовых лилий и орхидей – они действуют возбуждающе и у некоторых людей даже притупляют восприятие реальности. Зато аромат розы почти у всех вызывает не только приятное чувство удовлетворенности, но и желание активной деятельности. А вот запах прелой листвы, особенно на свежем воздухе, навеивает легкую грусть.

Запахи способны управлять и работоспособностью. В 1939 году советский физиолог Д. И. Шатенштейн выпустил книгу «Регуляции физиологических процессов при работе», в которой впервые научно обоснованно доказал, что некоторые обонятельные раздражения повышают работоспособность человека. Наблюдения Д. И. Шатенштейна проводились в лабораторных условиях, выполняемая работа заключалась в подъеме гири. После вдыхания аммиака количество выполненной работы, учитываемой в кг/м, значительно возрастало. В 1983 году в диспетчерском

зале Киевского аэропорта «Борисполь» в порядке эксперимента был установлен разработанный Институтом ботаники АН СССР дозатор запахов «Фитон-1», который значительно повысил работоспособность авиадиспетчеров [4, с. 275-276].

Очень своеобразная реакция к ромашке, мяте, свежескошенной траве у детей в возрасте до пятнадцати лет. Тесты показали, что после нескольких часов, проведенных в комнате с этими запахами, даже у слабых учеников ход мыслей становится быстрее и логичнее.

Широко известны достижения японских ученых в области ольфакторной культуры. Так, представители японской фирмы «Симицу» решают проблему производительности труда и снижения уровня стрессовых ситуаций с помощью запахов. Специалисты фирмы разработали уже более двадцати вариантов запахов цветов и растений, так или иначе действующих на состояние рабочих и служащих. Было доказано особое значение в использовании подобной парфюмерии для программистов. Проведенные фирмой исследования доказали, что число ошибок программиста снижается на 20%, когда он вдыхает запах лаванды, на 33% – от запаха жасмина, на 54% – от запаха лимона. Кроме того установлено, что запахи лаванды и розмарина действуют успокаивающе и устраняют стрессовое состояние, а запахи лимона и эвкалипта, напротив, возбуждают и повышают производительность. Система внедрения запахов в служебные помещения несложна: жидкости, содержащие различные запахи, под давлением превращают в легкий «туман», который через систему кондиционирования поступает в то или иное помещение. Фирма «Симицу» особо подчеркивает, что для разных видов трудовых операций нужны различные запахи [4, с. 277].

Существуют некоторые общие тенденции культурного развития, которые актуальны для ольфакторной культуры и составляющих ее средств – запахов искусственных и естественных. Во-первых, с совершенствованием цивилизации сфера собственно восприятия всех чувств, очевидно, уменьшается, а их приятность либо неприятность, наоборот, возрастает [2, с. 31]. И хотя мы не согласны с мнением Г. Зиммеля, полагающего, что повышенная в этом смысле чувствительность несет с собой в целом гораздо больше страданий, чем радостей, заметим, что за последние сто лет люди стали гораздо менее терпимы к окружающим запахам при параллельном сужении поля восприятия последних.

Это происходит оттого, что с ростом культуры в целом действие чувств на расстоянии ослабевает, а вблизи усиливается. «Близорукими» становятся не только наши глаза, а все органы чувств, и тем чувствительнее мы становимся на этих более коротких дистанциях. Кроме того, обоняние изначально есть чувство, рассчитанное на меньшее расстояние по сравнению со зрением и слухом. И уж если мы не можем теперь объективно так много воспринимать с его помощью (как некоторые первобытные народы, например), то субъективно мы тем острее реагируем на обонятельные впечатления.

Во-вторых, возрастает социально-культурная роль искусственных запахов. Это связано с изобилием созданных химическим лабораторным путем ольфакторных средств человеческой культуры, а также с повсеместной их доступностью. Особенное значение в области обоняния приобрели духи – типичное средство стилизации, которое «растворяет личность в целом, однако дает ей характером своего воздействия на чувства более мощное и отточное выражение, нежели ее непосредственная реальность» [2, с. 34]. Духи увеличивают сферу

человека, как сияние драгоценных камней: тот, кто находится поблизости, «погружается» в их аромат и таким образом как бы вовлекается в сферу этой личности. Подобно одежде, духи покрывают человека чем-то, что вместе с тем призвано производить эффект собственного очарования его личности. Духи перекрывают личную атмосферу, заменяют ее объективной и одновременно привлекают к ней внимание. Предполагается, что аромат духов представляет собой социальную ценность, субъективно радует окружающих, доставляемая же при этом радость должна относиться на счет личности их носителя. Задействованные обонятельные коды, таким образом, способны укреплять социальную иерархию на бессознательном или полубессознательном уровне.

Что же касается социальной роли ольфакторной культуры как части общей культуры личности и культуры невербальной, то здесь, на наш взгляд, дела обстоят куда хуже, чем с другими ее (невербальной культуры) компонентами. Достаточно вспомнить, что человек, потерявший слух, зрение становится инвалидом, а вот потерявший обоняние неполноценным себя не считает. Повсеместно распространено мнение, что можно вполне обойтись и без развитого обоняния, что знания о культуре восприятия и применения ароматов не обязатель-

ны. И хотя роль ольфакторной культуры в человеческих взаимоотношениях не следует абсолютизировать, ее ни в коем случае нельзя недооценивать.

Умение применить ароматы в жизнедеятельности с максимальной эффективностью и учетом пространственно-временного контекста наряду с знаниями о специфике их использования во все времена было важнейшим признаком владения культурой запахов. Культурно-исторический анализ трансформации отношений к запахам позволяет сделать вывод о том, что культурная роль запахов, которые выполняли и выполняют определенные функции в жизни человека, возросла. Помимо магических, лечебных, гигиенических, эстетических функций, они также являются средством обольщения, притяжения, т.е. выполняют аттрактивные функции, выступают в роли фактора, определяющего динамику межличностного общения, в качестве специфического средства социальной стратификации и гендерной дифференциации [5, с. 119], способствующего организации пространства общения. При этом приобщение личности к культуре с помощью запахов может происходить, способствуя ее социализации, с самого раннего возраста, основанное либо на закреплении уже существующих культурных гедонистических тенденций, либо на усвоении новых.

Библиографический список

1. **Гулимова, В.** «Пять носов» человека и 2500-летняя история их изучения / Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. Сост. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2003. – С. 120-167.
2. **Зиммель, Г.** Из «Экскурса о социологии чувств» / Г. Зиммель / пер. К. Левинсона / Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. Сост. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2003. – С. 17-34.
3. **Классен, К.** Значение и власть запаха / К. Классен, Д. Хоувз, Э. Синнотт / пер. О. Литвиновой / Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. Сост. О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2003. – С. 41-49.
4. **Рязанцев, С. В.** В мире запахов и звуков (Занимательная оториноларингология) / С. В. Рязанцев. – М. : ТЕРРА, 1997. – 432 с.

5. **Шаал, Б.** Изменчивость и универсалии в воспринимаемом пространстве запахов. Межкультурные подходы к исследованию обонятельного гедонизма. Б. Шаал, К. Руби, Л. Марлье, Р. Суссиньян, Ф. Контор, Р.Э. Трембле. Пер. И. Чунихиной / Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. Сост.О. Б. Вайнштейн. – М. : Новое литературное обозрение, 2003. – С. 87-119.

Bibliography

1. **Gulimova, V.** «Five noses» of man and the 2,500 years history of their study / Flavors and odors in culture. Book 1. Compiler O. B. Vainshtein. – М. : New literary review, 2003. - P. 120-167.
2. **Zimmel, G.** From «Tour of the sociology of feelings» / G. Zimmel / translation K. Levinson / Flavors and odors in culture. Book 1. Compiler O. B. Vainshtein. – М. : New literary review, 2003. - P. 17-34.
3. **Klassen, K.** The value and power of smell / K. Klassen, D. Houvz, E. Sinnott / translation O. Litvinova / Flavors and odors in culture. Book 1. Compiler O. B. Vainshtein. – М. : New literary review, 2003. - P. 41-49.
4. **Ryazantzev, S. V.** In the world of smells and sounds (Interesting otolaryngology) / S. V. Ryazantzev . – М. : TERRA, 1997. - 432 p.
5. **Shaal, B.** Variability and universals in perceived space of smells. Cross-cultural approaches to the study of olfactory hedonism. B. Shaal, K. Rubi, L. Marliye, R. Sussiniyan, F. Kontor, R. E. Tremble. Translation Yi. Chunihina /Flavors and odors in culture. Book 1. Compiler O. B. Vainshtein. – М. : New literary review, 2003. - P. 87-119.

Статью рекомендует канд. пед. наук, доц. А. С. Москалева