

## ЛЕКСИКА МОДАЛЬНОСТИ ОДОРЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ В РОМАНЕ П. ЗЮСКИНДА «ПАРФЮМЕР»

Чувственное восприятие лежит в основе познания мира, его осмысления и категоризации. Это сложный механизм, при помощи которого осуществляется взаимодействие человека с окружающей действительностью. В науке данный механизм восприятия определяют как модальность, выделяя, опираясь на системную классификацию, визуальную, аудиальную, одорическую, гастическую и тактильную (осязательную) модальности восприятия.

Неотъемлемой составляющей модальности является репрезентативная система, то есть тот сенсорный канал, через который информация об окружающем мире попадает в мозг. Выделяют ведущую и референтную репрезентативную системы в сознании человека. Одна из модальностей у человека доминирует, остальные являются дополнительными, вторичными: информацию, которая получена посредством ведущей системы, сознание оценивает как главную, основную на данный момент; в непривычных ситуациях человек обычно склонен использовать предпочтительную репрезентативную систему, сокращая доступ информации по другим сенсорным каналам. Референтная репрезентативная система является оценочной. С помощью нее человек проверяет новую информацию, сравнивая ее с предыдущим внутренним опытом, опытом прошлых поколений, своими ценностными установками. Если проверяемая информация не проходит оценку на уровне референтной системы, то и сознание ее не воспринимает, отрицает [3, с. 68–70].

Таким образом, система восприятия каждого индивида уникальна, причем способна проявлять те или иные черты в зависимости от ситуации восприятия. Однако если какой-либо сенсорный канал становится недоступен в связи со сложившейся ситуацией восприятия (*крошечная тьма, ослепляющий свет, шумное помещение* и др.) или физиологическими особенностями самого индивида (*слепота, глухота, дисфункция вкусовых рецепторов, насморк* и др.), система восприятия человека меняется и остальные рецепторы обостряются, анализируя больше информации для создания максимально полноценной картины мира.

В свою очередь, особенности репрезентативной системы человека отражаются во всех сферах его жизнедеятельности, включая и речевую деятельность: индивид неосознанно будет употреблять предикаты речи доминирующей в процессе восприятия модальности.

Чувственное восприятие человеком окружающего мира — весьма многогранное явление, которое в научной литературе рассматривается как в рамках психологии, когнитивистики, нейролингвистики, психолингвистики, так и непосредственно филологии.

В настоящее время категория восприятия и способы ее репрезентации в русском языке достаточно подробно рассмотрены в работах О.Ю. Авдевиной, А.В. Бондарко, О.Л. Бутаковой, Т.А. Демешкиной, О.С. Жарковой, Д.А. Олицкой и других. Нередко в работах подвергается анализу авторский и переводной художественный текст, сравниваются особенности передачи перцепции в разных языках. Несмотря на большое количество исследований, посвященных изучению репрезентации чувственного восприятия в языке и речи, особенности проявления мировосприятия в художественных текстах остаются одним из актуальных вопросов современного языкознания.

Художественный текст обычно определяют как текст, который использует языковые средства в их эстетической функции в целях передачи эмоционального содержания [1, с. 11]. В настоящее время текст рассматривается не только как высшая единица языка, но и как высшая единица человеческого мышления. С интересом к тексту проявляется интерес к проблеме языковой личности, речевого сознания. Именно через текст можно познать языковую личность.

К анализу художественного текста существует множество подходов: лингвистический, лингвострановедческий, литературоведческий, социологический, психологический, психоаналитический, психолингвистический и др. Так, психолингвистический подход позволяет рассматривать текст как феномен речевой деятельности человека, а текст художественного произведения — как авторскую интерпретацию обобщенного речевого человеческого опыта и традиций народа.

Своеобразие индивидуально-авторской картины мира заключается в избирательности видения писателя, и, соответственно, образ «реального» мира, представленный в художественном произведении, есть не что иное, как проявление духовной активности автора. Рассмотрение чувственного восприятия в идиостилевом аспекте напрямую связано с такой серьезной лингвокультурологической проблемой, как отражение в языке специфики национального мировосприятия и национального сознания.

Материалом для данного исследования стала индивидуально-авторская перцептивная картина мира романа Патрика Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы», которая раскрывается посредством анализа своеобразия репрезентации лексики со значением одорической модальности восприятия в тексте произведения.

Роман «Парфюмер» — признанный бестселлер немецкой литературы, который был переведен на множество языков мира. В то же время произведение является настоящим прецедентным образцовым текстом для изучения особенностей чувственного восприятия, так как все повествование в нем строится на метафоризации процесса обоняния. Нами был проанализирован самый известный русский перевод романа авторства Эллы Венгеровой.

Главный герой романа, Жан-Батист Гренуй, — гениальный парфюмер с крайне чутким обонянием, который всю окружающую его действительность

воспринимает сквозь призму запахов. Он будто не видит предметов вокруг себя, не слышит музыки, не ощущает твердость камня и вкус еды — все мироощущение героя строится исключительно на обонянии. По иронии судьбы, лишенный какого-либо аромата, Гренуй быстро понимает, как посредством запахов можно влиять на людей, и все свое существование подчиняет цели создания наилучшего, божественного аромата, даже если это потребует человеческих жертв.

«Парфюмер» представляет собой сокровищницу обонятельных образов: растения и цветы, животное чутье, запахи тела, облики городов, воспоминания, запахи эмоций, само парфюмерное дело и проч. — все это семантические поля, непосредственно связанные с одорическим способом чувственного восприятия. Автор привносит множество «нечувственных» аналогий в поле одорического восприятия, что одновременно мобилизует обонятельный опыт читателя и задает этому опыту определенные рамки, сближая его с главным героем.

В произведении можно встретить фрагментарные наложения семантических полей одного типа модальности восприятия на другую, которые имеют привычный, «стертый» характер. Например, *слышать/слушать/вслушиваться в аромат* (аудиальная + одорическая), *видеть носом* (визуальная + одорическая), *аромат мягкой бархатной кожи* (тактильная + одорическая). Значительно больший интерес вызывают интермодальные переносы в поле одорической модальности лексики и образов «извне». Автор создает целые метафорические модели, которые реализуются не в словосочетаниях и предложениях, а разворачиваются на страницы, а иногда и главы. Вот примеры только некоторых из них.

**Аромат-пейзаж.** Повествователь все природные картины, пейзажные зарисовки описывает через обонятельные аналогии, пересекая семантическое поле визуального восприятия (первичного для пейзажа) с одорическим. Так, например, весна у героя ассоциируется с *«пряным дуновением весенних лугов»; «тепловатым майским ветром, играющим в зеленой листве буков»; «морским бризом, терпким, как подсоленный миндаль»; «свежим запахом наступавшего дня»* [4, с. 162–163].

**Аромат-здание.** Автор по ходу повествования часто обращается к архитектурному образу запаха, то разделяя его на фрагменты, то строя из него новый дом (т.е. новую композицию). Он [Гренуй] *«провел инспекцию огромного поля, где лежали руины его воспоминаний <...> перебрал миллионы и миллионы обломков, кубиков, кирпичиков, из которых строятся запахи и привел их в систематический порядок»*. Вскоре *«он смог приступить к планомерному возведению зданий запахов: дома, стены, ступени, башни, подвалы, комнаты, тайные покои... <...> внутренняя крепость великолепнейших композиций ароматов»*. *«Все сооружения из запахов, которые он, играя, когда-либо возводил внутри себя вдруг просто разрушились, потеряв всякий смысл»* [4, с. 57–58].

**Аромат-книга + аромат-алкоголь.** Во время пребывания Гренуя в склепе на вулкане Плон-дю-Канталь, где он на протяжении семи лет изо дня

в день предается обонятельным воспоминаниям, повествователь использует яркие образы ароматической библиотеки и винной коллекции. Гренуй *«открывает первую бутылку, наливает себе бокал до краев, подносит к губам и пьет. Одним глотком он осушает бокал прохладного запаха, и это восхитительно! Он осушал этот бокал и одновременно раскрывал книгу и начинал читать о запахах своего детства, о школьных запахах, о запахах улиц и закоулков города, о человеческих запахах <...> Попутно он беспрерывно пригубливал благородные ароматы»*. В конце всего этого воображаемого действия он брал *«одну, последнюю флягу, самую роскошную: это был аромат девушки с улицы Марэ...»* [4, с. 162–163]. В сравнении букета аромата с букетом дорогого вина явно прослеживается взаимопересечение одорического семантического поля с полем гастической модальности.

Таким образом, автор использует двойную метафоризацию образов, перенося лексику «внечувственной» модальности в семантическое поле модальности одорического восприятия, показывая мир глазами Гренуя, а затем компилирует его с семантическими полями других типов модальностей восприятия. Например, детство, школу, города, девушек герой воспринимает исключительно как запах, но в своих фантазиях наслаждается этими запахами как вином.

**Парфюмер-Бог (или Великий Гренуй).** Одна из самых ярких метафор романа — это библейская метафора парфюмера-творца. С одной стороны, герой действительно создатель, *«бестелесный дух»*, с другой, он *«злой гений»*, выступающий антагонистом Богу, который для него *«вонял <...> был маленькой жалкой вонючкой»*. *«Бесподобный Гренуй»* желал *«чтобы его империя благоухала. И он властно шагал по распаханной целине и сеял разнообразнейшие ароматы <...> И Великий Гренуй видел, что это хорошо, весьма, весьма хорошо»*. Но герой *«хотел стать всемогущим богом аромата»* не ради совершенствования парфюмерного дела, а ради безграничной власти над людьми, *«ибо люди могут закрыть глаза и не видеть величия, ужаса, красоты и заткнуть уши и не слышать людей или слов. Но они не могут не поддаться аромату. Ибо аромат — брат дыхания. С ароматом он войдет в людей <...> Кто владеет запахом, тот владеет сердцами людей»*[4, с. 194–195].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Апресян, Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // *Вопр. языкознания*, 1995. — № 1.
2. Гируцкий, А.А. Нейролингвистическое программирование как одно из направлений взаимодействия психологии и лингвистики // *Язык, слово, действительность: Материалы II Международной научной конференции*. — Ч. 1. — Минск, 2000. — С. 63–65.
3. Гируцкий, А.А., Гируцкий, И.А. *Нейролингвистика: пособие для студентов вузов*. — Минск, 2010.
4. Зюскинд, П. *Парфюмер. История одного убийцы* (перевод с нем. Э. Венгеровой). — СПб, 2015.