

Филологические науки

УДК 81

Г.А. Кривенко, кандидат филологических наук,

Р.В. Колот

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: galina_krvnk@mail.ru, 25ar25@mail.ru

Взаимодействие этноса и языка на примере концепта «запах» в русской лингвокультуре

***Аннотация.** Статья посвящена анализу концепта «запах» в русской лингвокультуре. Каждая культура имеет свои специфические запахи, которые являются доминантными для носителей той или иной культуры и становятся опознавательными знаками этноса, помогая передать всю красоту и глубину языка. В статье рассматриваются фразеологические единицы, выражающие отношение разных культур к запахам, характеризующие через запах личность человека, его поведение, поступки, возраст, состояние здоровья. Автор статьи отмечает, что запахи обладают культурно релевантными значениями.*

***Ключевые слова:** фразеологизм, обонятельный компонент, чувственный опыт, межкультурная коммуникация, языковой фон.*

Понятие этнической картины мира сегодня играет важную роль в социальных, политических и культурных исследованиях, связанных с процессами этнической идентификации и самоидентификации. В результате отношений человека с миром возникают его представления о нём, создается определенная структура, которая в философско-лингвистических источниках названа картиной мира. Это фундаментальное понятие, описывающее человеческое бытие.

Через язык основным способом создаются и существуют знания человека об окружающем его мире, именно язык является важнейшим объектом исследования когнитивистов. В процессе долгой совместной жизнедеятельности людей в рамках каждой группы вырабатывались общие и устойчивые признаки, отличающие одну группу от другой. К числу таких признаков относятся язык, особенности бытовой культуры, складывающиеся обычаи и традиции того или иного народа или этноса. Эти признаки воспроизводятся в этническом самосознании народа, в котором он осознает свое единство, прежде всего – общность своего происхождения и тем самым свое этническое родство.

Взаимодействие культур происходило всегда. В наше время межнациональные связи очень активизировались, межгосударственный и межнациональные миграции заметно усложнили этническую структуру всех европейских стран, особенно, крупных городов. Например, в Петербурге каждый 10 постоянный житель – не русский, в Москве – каждый 7-й. Однако эти города остаются русскими, развивающими русские традиции, правда, активно впитывавшими и впитывающими иноэтнические элементы культуры. Люди могут понимать друг друга, ибо учатся воспринимать мысли друг друга и мыслить в русле общей парадигмы. Когда люди по-разному воспринимают языковые образы, они никогда не найдут общего решения проблемы, т.к. это будет разговор «слепого с глухим». Однако, не стоит забывать о географическом факторе формирования культуры, а следовательно, и языка, поэтому свести психологические и культурные различия народов к их языковым различиям было бы весьма ограничено. Безусловно, в определенных пределах о культуре народа можно судить по его словарному запасу.

Язык – факт культуры, составная часть культуры, которую мы наследуем, и одновременно ее орудие. Культура народа вербализуется в языке, именно язык собирает ключевые концепты культуры, транслируя их в знаковом воплощении – словах. Создаваемая языком модель мира есть субъективный образ объективного мира, она несет в себе черты человеческого способа миропостижения, то есть антропоцентризма, который проник в язык. Тогда концепты – это как бы сгустки национально-культурных смыслов, ячейки культуры. Их изучение помогает найти особенности мировосприятия народа, увидеть концептуальную и национальную картины мира. Язык изменяется в процессе развития культуры, изменяется смысл и значение самих слов, условия словоупотребления, языковой фон развертывания речевого общения, происходит взаимопроникновение разных языков друг в друга. Разумеется, обмен словами – это только деталь проявления того процесса, который можно назвать взаимодействием этнических общностей. Подлинный перевод одного языка на другой становится возможным, когда есть сходные понятия, символы, образы.

Жизнь человека с первого мгновения его бытия аккомпанирует с запаховой средой. Запах – одна из нитей той «пуговины», что привязывает человека к природе, с одной стороны, а с другой – маркирует

границу, отделяющую его от природы, подчеркивающую его социальность. Пространство запахов, таким образом, является неотъемлемой частью современной культуры, в связи с этим изучение феномена запаха представляется актуальным.

Проблема изучения запаха как лингвокультурного концепта лежит на границе взаимодействия природы и культуры. С одной стороны, «запах – это свойство чего-либо, воспринимаемое обонянием» [1, с. 155], то есть имеет природную сущность, поскольку обоняние физиологично. С другой стороны, дешифровка запаха регулируется культурными установками: процесс восприятия запаха происходит на физическом уровне, однако, как только сигнал о том или ином запахе попадает в мозг человека, происходит его осмысление в сознании, основанное на культурных установках, после чего следует реакция уже на уровне поведения. Таким образом, в процессе восприятия запаха в сознании человека происходит формирование культурных смыслов, на основании которых запах может выполнять те или иные культурные функции. Говоря о феномене запаха, мы будем иметь в виду всю совокупность явлений, в которых проявлена сущность запаха и которые постигаются человеком в чувственном опыте.

Когда человек оказывается в инокультурной среде или общается с представителями иной культуры, он не только обращает внимание на существование чужих запахов, которыми пропитана другая культура, но оценивает и осознает их в сопоставлении со своими родными и привычными. Запахи выступают как часть семиотического поля чужой культуры. В любой культуре происходит означивание и символизация результатов восприятия окружающей действительности, информация о которой поступает к человеку по трем каналам: зрительному, слуховому и кинестетическому (через осязательные, обонятельные и другие ощущения). И человек использует эти каналы для обратной связи с окружающим его миром.

«В настоящее время усиливается интерес исследователей к изучению запахов в культурах разных народов и той роли, которую они играют в социокультурной жизни» [2, с. 9]. Этот интерес обусловлен тем, что «в изучении коммуникативных процессов это самый древний канал дистантной связи» был незаслуженно обойден вниманием исследователей проблем межкультурной коммуникации [3, с. 59]. По мнению К. Леви-Строса, «запахи принадлежат к природному и социальному мирам одновременно», поэтому знаки, связанные с запахами, имеют определенное значение в структурировании образа мира [4, с. 46]. У каждой культуры существуют свои специфические запахи, которые являются доминантными для носителей этой культуры и выступают в качестве ее опознавательных знаков. Это связано как с географическими и природными условиями существования и развития культуры, так и с традициями, обрядами, обычаями разных народов. В картине мира каждой культуры отмечаются запахи природы (растений, животных, моря, гор, степей и т. д.), естественные и привнесенные запахи человека (парфюмерные ароматы, ритуальные умашения и др.), а также запахи традиционной кухни. В качестве неприятных, наверное, в большинстве культур, будут рассматриваться запахи продуктов выделения, невымытых волос и др.

«Фразеологические единицы не только выражают отношение той или другой культуры к запахам, но и через них характеризуют личность человека, его поведение и поступки, возраст и состояние здоровья» [5, с. 52]. Так, например, о неопытном, молодом человеке русский скажет: «*этот человек не нюхал пороху*». Обозначение старости, старческого возраста в русском языке может происходить не через запах непосредственно, но через действия, которые ведут к возникновению неприятного запаха: *старый пердун* (груб.), либо через перенос значения: *старый козёл* (груб.) (известно, что козёл имеет неприятный, резкий запах).

В качестве бранных слов в адрес человека с дурным характером русский употребит словосочетания *козёл вонючий* (груб.), *пес смердящий* (груб.) (вспомним слова царя из известной кинокомедии Иван Васильевич меняет профессию). О человеке с плохим характером и своём нежелании с ним общаться в русском языке есть выражение: *не трогай его, а то завоняет*.

В русском языке есть фразеологизмы, которые через обонятельные знаки указывают на тяжелую, смертельную болезнь человека, на закат его жизни: *он на ладан дышит; еле (чуть) дышит*; преклонный возраст человека: *от него уже пахнет нафталином*; на состояние опьянения: *от него разит (несет) водкой, перегаром*. Различные жизненные и социальные ситуации по-разному представлены в языках. Например, угроза начала войны: *пахнет порохом*. Говоря о невозможности осуществления какого-либо действия, русский скажет: *дело пахнет керосином*. При опасности произнесёт: *пахнет жареным*. Русское выражение *деньги не пахнут* употребляется в ситуации, когда для предприимчивого человека не имеет значение, что деньги получены неблагоприятным путем.

С обонятельным компонентом восприятия действительности также соотносится и обозначение отношения к людям в культурах. Так, в русском языке отношение к человеку выражается через название запахов или обозначение обонятельных каналов восприятия информации. Например, *не надыхаться на кого-либо* – любить кого-либо, о ненавистном человеке: *на дух не переносить* – не любить, даже ненавидеть кого-либо.

В русской культуре обонятельный компонент задействован и при обозначении присутствия или отсутствия какого-либо объекта. Русский говорит: *тут этим и не пахнет*. Русский человек о пропавшем из поля зрения человеке скажет: *от него ни слуху ни духу, нет и в помине, и след простыл*. Желание человека, связанное с исчезновением кого-либо из его жизни или из данной ситуации, русский выразит

так: *чтобы духу твоего здесь не было*, поставив акцент на неприятном запахе собеседника. В русском языке наличие или отсутствие интуиции обозначается через обонятельные ощущения: *чують носом, нюх потерял*.

В языках обонятельный компонент представлен не только через название и характеристику запахов, предметов, обладающих запахами и ароматами, а также действий, порождающих запахи, но и через указание на орган обоняния – нос. Малое количество чего-либо ассоциируется у русского с лексическим компонентом нос – *короче воробьиного носа*, то есть, очень мал, короток, *с гулькин нос* – очень мало. Запах соотносится с чувственным опытом человека.

Трудно вербально выразить запах. «Если человек никогда сам не чувствовал запах чего-либо, по описанию он не сможет его идентифицировать» [6, с. 85]. *Легавые* – название сыщиков в русском языке. Это метафоризация способности сыщиков найти след преступника по нюху, как собака. Вспомним песенку из мультипликационного фильма Бременские музыканты: *нюх, как у собаки, глаз, как у орла*. Русские люди, если хотят подчеркнуть, что живут какими-либо интересами, находятся в каком-либо окружении, употребят фразеологическую единицу дышать воздухом (каким или чего). Для выражения чувства облегчения, которое испытывает человек, освободившись от забот и тревог русский использует фразеологизм *вздыхнуть (дышать) свободно*. В ситуации, если русскоговорящий очень занят, перегружен работой, он произнесет: *дыхнуть некогда*. Если русский человек испытывает страх, *то не смеет дыхнуть*. «В русском языке фразеологизмы с лексическим компонентом дыхание могут иметь значения: до самой смерти, до конца жизни, как во фразеологизме до последнего дыхания, или прилив энергии, бодрости в состоянии усталости в фразеологической единице второе дыхание, в один прием, присест в фразеологической единице, не переводя дыхания (выпить, осушить и т. п.)» [7, с. 15].

Запахи могут выступать и как социальные знаки. Запах дорогих сигар или сигарет, вина, смешанный с дорогими духами, в культурах является символом благосостояния человека. Запах социальных низов связан с запахами мочи, фекалий, пота, нечистой одежды. Запах ассоциируется с национальностью. Запах является знаком пола и возраста. Надо отметить, что традиционная русская культура предпочитала естественные женские ароматы. «Запах духов символизировал социальное положение женщины: дорогие и тонкие ароматы сопровождали состоятельную и знатную женщину» [8, с. 45].

Мы видим, что запахи обладают культурно релевантными значениями и участвуют в общественной жизни в качестве парадигмы идентификации мира и взаимодействия с ним. В силу личной, эмоциональной природы обонятельного опыта такого рода значимые запахи отпечатываются членами общества на глубоко личностном уровне. В жизни каждого индивида запах становится концептом, как красочно представляет история парфюмерии, поэтому и возрос в последнее время интерес к этой проблеме. Однако нормы социальной репрезентации не являются статичными, они изменяются в зависимости от времени и пространства. Следовательно, исследование концепта «запах» в культуре представляет собой не что иное, как проникновение в самую суть человеческой природы.

В настоящее время ни у кого не вызывает сомнений тот факт, что осмысление запахов зависит от уровня культуры общества и от обонятельного опыта индивида. Являясь эмоционально окрашенными, значимые культурные запахи усваиваются человеком на глубоко личностном уровне. Изучение специфики менталитета народа является одной из основных проблем современной лингвистики, поскольку проникновение в национальную картину мира посредством языка дает возможность лучше понять мировоззрение и поведение индивида. При этом язык служит не просто способом общения, он отражает менталитет и сознание народа, является неким концентратом культуры – культуры нации и ее воплощения в разных слоях населения вплоть до отдельной личности. Язык в потенциальной форме его концептов – воплощение всей культуры народа.

В межкультурной коммуникации запахи играют огромную роль: они могут быть как препятствием, так и благотворным фактором в общении. Когда человек попадает в инокультурную среду или общается с представителями другой культуры, он обращает внимание на существование «чужих» запахов, которыми пропитана другая культура, оценивает и осознает их в сравнении со своими родными и привычными запахами. Запахи становятся частью семиотического поля чужой культуры. В любой культуре происходит означивание и символизация результатов восприятия окружающей действительности, информация о которой поступает к человеку по трем каналам: визуальному (зрительному), аудиальному (посредством слуха) и кинестетическому (через осязательные, обонятельные и прочие ощущения). И человек использует эти каналы для обратной связи с окружающим его миром.

Итак, как показал анализ на примере русской лингвокультуры, запахи играют немаловажную роль в жизни народа. Каждая культура имеет свои специфические запахи, которые являются доминантными для носителей той или иной культуры. Запахи становятся опознавательными знаками этноса и помогают передать всю красоту и глубину языка. Учитывая сложность вербализации обонятельного пространства вообще и в выбранных для исследования языках в частности, можно утверждать, что интерпретационное поле концепта «запах» может включать определенные концептуальные признаки и стереотипы, которые не выражены открыто, однако нашли отражение в паремиологическом фонде русского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М.: «Азъ», 1992. – 900 с.
- 2 Вайнштейн О.Б. Ароматы в культуре. – М.: Диля, 2003. – 584 с.
- 3 Мечковская Н.Б. Язык и религия: пособие для студентов гуманитарных вузов. – М.: Агентство «ФАИР», 1998. – 352 с.
- 4 Леви-Строс К. Путь масок / Пер. с фр. А.Б. Островского. – М.: Республика, 2003. – 163 с.
- 5 Монтень М. О запахах. – М.: Голос, 1996. – 195 с.
- 6 Жирицкая Е. Ветер с Востока. Ароматы и запахи в культуре. – Книга 1. – М.: НЛЮ, 2003. – 502 с.
- 7 Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. – М.: Академия, 2004. – 362 с.
- 8 Рязанцев С.В. Тайна запахов и звуков. – М.: РИПОЛ классик и СМЮ-Пресс, 1997. – 254 с.

REFERENCES

- 1 Ozhegov S.I. Tolkoviy slovar russkogo yazika. – M.: «Az», 1992. – 900 s.
- 2 Weinstein O.B. Aromaty v kulture. – M.: Diehl, 2003. – 584 s.
- 3 Mechkovskaya N.B. Yazik i religiya: posobie dlya studentov gumanitarnih vuzov. – M.: Agenstvo «FAIR», 1998. – 352 s.
- 4 Levi-Strauss C. Put masok / Perevod s fr. A.B. Ostrovsky – M.: Respublica, 2003. – 163 s.
- 5 Montaigne M. O Zapahah. – M.: Golos, 1996. – 195 s.
- 6 Zhiritskaya E. Veter s Vostoka. Aromati i zapahi v kulture. – kniga 1. – M.: UFO, 2003. – 502 s.
- 7 Mechkovskaya N.B. Semiotika: Yazik. Priroda. Kultura. – M.: Academia, 2004. – 128 s.
- 8 Ryazantsev S.V. Taina zapahov i zvukov. – M.: RIPOL Klassik, SMIO-Press, 1997. – 254 s.

ТҮЙІН

Г.А. Кривенко, филология ғылымдарының кандидаты

Р.В. Колот

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Орыс лингвомәдениетінің «иісі» тұжырымдамасы мысалында этнос пен тілдің өзара әрекеттесуі

Мақала орыс лингвомәдениетіндегі «иіс» тұжырымдамасының талдауына арналған. Әрбір мәдениет тілдің барлық әсемдігі мен тереңдігін жеткізуге мүмкіндік беретін кез келген мәдениеттің доминанты болып табылатын өздеріне тән иіске ие. Мақалада иіс арқылы адам тұлғасын, оның тәртібін, іс-қимылдарын, жасын, денсаулық жағдайын сипаттайтын түрлі мәдениеттерді иістерге сәйкестендіруді көрсететін фразеологиялық бірліктер қарастырылған. Мақала авторларының айтуына иістер мәдени-релевантты мәндерге ие екенін атап көрсетеді.

Түйін сөздер: фразеологизм, түйсіктік компонент, сезімдік тәжірибе, мәдениет аралық коммуникация, тілдік фон.

RESUME

G.A. Krivenko, candidate of Philological Sciences,

R.V. Kolot

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Interaction of ethnicity and language on the example of the concept of "smell" In Russian linguoculture

The article is devoted to the analysis of the concept of "smell" in Russian linguoculture. Each culture has its own specific smells, which are dominant for the bearers of a particular culture and become the identification marks of the ethnos, helping to convey the beauty and depth of the language. The article deals with phraseological units expressing the attitude of different cultures to smells, characterizing through the smell the personality of a person, its behavior, actions, age, state of health. The author of the article notes that smells have culturally relevant values.

Keywords: phraseology, olfactory component, sens experience, intercultural communication, language background.