

УДК 81'23:'27

## АСОЦІАТИВНЕ ПОЛЕ ЗАПАХУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІ СВІДОМОСТІ (ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ)

Ставицька Л.О.

*Вступ до проблеми.* Одоративні відчуття надзвичайно складні за своєю природою, бо корелюють з найбільш потаємним і надзвичайно значимим екзистенційним (як "куштування" повітря, внутрішнього духу речей, за Г.Гачевим), ментальним, емоційним та психофізіологічним інтимом внутрішнього "Я". *Актуальність.* Разом з тим бідною є мовна картина на позначення запаху уявлень, що з сумом відзначав головний герой «Парфумів» Патріка Зюскінда: "дивовижні невідповідності між багатством світу запахів і жалюгідністю мови змушували Гренуя взагалі сумніватися в призначенні мови". Прийнято говорити, принаймні, про дві причини такої жалюгідності: глибоко вкорінена в людську природу заборона, пов'язана з видільними функціями організму, та непридатність запахів при орієнтуванні людини в просторі. Позбавлені власного лексичного спектру, одоративні емоції знаходять підтримку в суміжних відчуттях, в характеристичних означеннях і, звичайно, в тому референтному полі, за яким закріплений реальний чи уявний запах. Останнє і робить одоративну сферу буття індивіда асоціативною за визначенням. Отже, психічна сфера одоративних відчуттів ніби вперто напрошується стати предметом вільного асоціативного експерименту, який реконструює об'єктивно існуючі у психіці носія мови семантичні зв'язки слів, за якими відкривається специфічний для певної лінгвокультури "асоціативний профіль" образів свідомості, що інтегрують притаманний певному етносу чуттєвий досвід, домінантні цінності та орієнтири, в т.ч. національно-етнічні стереотипи.

Методику проведення такого експерименту диктує сама сутність одоративної сфери: асоціації, які викликають різні запахи (як і смак), гедоністичні за своєю природою, афективно поляризовані на приємні / неприємні. Природно, що гедоністичні інваріанти ольфакторного простору та запахіві преференції варіюються в різних культурах і відповідних статевих та вікових групах. Наш експеримент був покликаний виявити асоціативні поля запаху у чоловіків і жінок, віком 17-60 років, які проживають переважно у м. Києві, тобто є носіями свідомості "середнього" носія української лінгвокультури.

Респондентам – 41 жінка (ж), 47 чоловіків (ч) було запропоновано дати вербальні реакції на "запах приємний" і "запах неприємний". Усього було отримано 706 реакцій: 484 жіночих і 223 чоловічих. У корпусі чоловічих і жіночих асоціацій домінують предметні й абстрактні імена, однослівні або ускладнені залежними прикметниками; ускладнення структури асоціації виглядає доволі симптоматичним: ж намагаються максимально деталізувати інформацію про позитивний одоративний полюс відбитого у їх лексиконі світу, а ч – про негативний: співвідношення прикметників, відповідно, виглядає таким чином: ж (81+, 65–), ч (25+, 37–).

Паралельно з лексемами-носіями запаху респонденти актуалізували і передбачені мовною системою характеристичні ознаки запаху, і одиниці семантичного поля "запах". Зазначимо, що на загал ця тенденція домінує у відповідях респондентів-чоловіків (26/22), яким зручніше означити запах через запах (*запахний, духмяний, смердючий, все, що погано пахне; сморід* проти І реакції *аромат* у ж) і актуалізувати прикметниковий ряд, для якого одоративна семантика є факультативною (*недобрий, нестерпний, непривабливий, гарний*) у той

## АСОЦІАТИВНЕ ПОЛЕ ЗАПАХУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ СВІДОМОСТІ (ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ)

час, як ж віддають перевагу одиницям з одоративним семантичним компонентом (*різкий, кислий, солодкий*).

У мовній картині ч і ж позитивно оцінними є одоративно маркований прикметник *свіжий* та його похідні, що передають значення "тільки що приготовлений" (7), "який недавно або тільки що виник, з'явився" (7), "прохолодний" (6), "надавно зрізаний, зірваний" (3), чистий (1ж).

Як свідчить зворотна частина САС, лексема *запах* фігурує на стимул *новий* у російській, білоруській, українській мовах; наш експеримент повністю підтвердив це, бо прикметник означає ті реалії, які позитивно марковані в ольфакторному полі респондентів; в усіх слов'янських мовах, крім української, одоративна лексика є асоціатом на *чистий*; у нашому експерименті це слово теж ні разу не зустрілось (тільки *чистота* у ч).

І ж, й ч однаковою мірою уживають відносні прикметники з одоративною семантикою; актуалізують загальномовну синестезію запах – смак. Проте, синестезія запах – колір у нашому експерименті домінує в структурі жіночої мовної свідомості *білий, світлий, синій-синій, блакитний* (+), *чорний* (-) так само, як прерогативою жіночої свідомості постають психологічні характеристики запаху: *рідний* (+), *безвихідний* (-). Але у чоловічому полі актуалізувалась синестезія запах – звук (музика): *музика Прокоф'єва* (-).

Усі слова, що позначають запахи, були згруповані у 6 функціональних груп відповідно до запропонованої французькими вченими класифікації [6, с.91], яка варіюється дослідниками в подібних асоціативних експериментах [4].

І. З а п а х и п р и р о д и (135 ж і 67 ч); домінують *запахи квітів, рослинності*, видове розмаїття яких фіксує жіночий логос: *квіти* (16 ж, 10ч), *троянди* (3ж, 5ч), *скошена трава* (3ж, 4ч), *бузок* (4ж, 1ч), *дерево* (3ж, 1ч), *м'ята* (ж2, ч2), *конвалії* (3ч, 1ж), *жасмин* (2ж, 1ч), *лаванда* (1ж, 1ч), *піони* (1ж, 1ч); ж- *матиола* (3), *липа* (3), *зелень* (3), *хвоя* (2), *рослини* (2), ч: *сіно* (3), *тюльпан* (2). Ж негативно оцінюють різкі запахи природної сфери. У лексичному субполі "фрукти, овочі" ж і ч продемонстрували переважну перевагу стосовно *фруктів* (3ж, 1ч) – *суніць* і *яблук*. Суттєво зауважити, що у чоловічій мовній свідомості запах яблука проакцентований не тільки кількісно, а сам характер організації одоративного яблучного лексикону (*яблука гарно пахнуть, коли взимку з морозу; яблука як пахнуть; стигла антонівка*) дозволяє говорити про можливу присутність у чоловічій мовній свідомості онтологічно притаманного реалії архетипного модуся *яблука* як метафори жіночого тіла, актуального, зокрема, для чоловічого художнього письма (Ф.Достоевський, М.Хвильовий, М.Вінграновський та ін.).

Респонденти обох статей виявили переваги у сфері запаху водного простору: *море* (9ж, 2ч), *вода* (2ж, 2ч), *річка* (2ж, 1ч) і *болото* (ж3-); *ліс* (7ж, 4ч), в т.ч. *сосновий* (2ж, 1ч); у мовній свідомості ж ольфакторно маркований ландшафт *земля* (3), *поле, степ, село, луг*. Зазначимо, що запах села актуалізований у білоруській мовній свідомості (САС, 409).

Позитивно маркованими у свідомості ч і ж є природні стихії: *повітря* з атрибутами свіжості (7ж, 2ч), *вітер* (2ж, 1ч), *прохолода* (1ж), *свіжість* (2ч) і *протяг, спека, задушливість* (ж-), *задуха* (ч-); жіночі позитивні реакції значно перевищують чоловічі у сфері опадів: *дощ* (5ж, 1ч), *сніг* (2ж), стихій тепла: *тепло* (2ж), *сонце* (2ж), *вогнище, осіннє багаття* (ж), *полум'я* (ч). Стихія сонця визначає жіночі переваги у царині частин доби (*сонячний ранок, сонячний день*), пор. ч: *світанок, майже на сході сонця в заплаві пахне вода*.

Обома статтями негативно оцінюється запах тварин, особливо *собак* (2ж, 1ч), а також *комах*: (1ч), *тарганів* (1ж), проте *моя собака* жінками оцінюється позитивно.

Стосовно пір року: однослівні назви актуалізуються рідко: *осінь* (ж), *зима* (ч); зазвичай, насамперед у логосі жінок, конкретні природні запахи включають в свою орбіту номінації пір року, за якими вони метонімічно закріплені у пам'яті, нерідко навіть з конкретизацією місяця. За ступенем спадання частотності з позитивною оцінкою у жіночому логосі фігурують *осінь – весна – літо*, а у чоловічому асоціативному полі запаху фігурує *зима*.

2. Цивілізація (131ж, 56ч).

- "парфуми" (20ж, 10ч) – домінантне субполе, яке у жіночій мовній свідомості марковане позитивними і негативними емоціями, а у чоловічій – тільки позитивними. Якщо ж схильні означати реалію у парфумерній термінології (*салодкий, халодний*) то ч експлікують точну назву парфумів ("8 день", "Рост" та ін.). Є підстави припускати, що ця лексема у свідомості ч і ж асоціюється виключно з жінкою; чоловіча компетентність у марках парфумів постає через те, що ті були улюбленими для дружини.

- одиниці субполя "урбаністичне середовище" постають переважно джерелом негативного одоративного досвіду респондентів: ж і ч негативно оцінюють *асфальт*, особливо *розпечений* (2ж, у структурі жіночого поля антонім – *літній тротуар під час раптового дощу*; 1ч), *автомобілі та вихлопні гази* (4ж, 1ч). На негативному полюсі ольфакторного цивілізаційного простору у жіночій мовній свідомості перебуває *транспорт* із супровідним мікрополем *переповнений, автобус, трамвай, піт, залізниця, вокзал* (16), яке у поєднанні з асоціатами *підземний перехід, тунель* дає змогу припустити про негативний оцінний модус закритого простору, особливо такого, в якому є люди. "Чоловічих" корелятивів закритого простору нами не помічено, проте негативний ольфакторний досвід асоціюється з урбанімімом *вулиця Хрещатик* (машини, люди). Згаданий оцінний модус закритого простору продовжує себе в жіночій реакції *порожні київські вулиці червневого ранку* (+), а також в ольфакторному неприйнятті жінками певних *приміщень* (старих, непровітрених), *ідалень* (громадських, дешевих), *архіву, дитячого садка*. Актуалізація "приміщення" в жіночому ольфакторному полі із знаком плюс облігаторно передбачає, за нашими спостереженнями, семантичний компонент "оновлене", що вноситься конкретизаторами *свіжопробілений, провітрений, після ремонту*, а також має концептуальну репрезентацію: *дім* (2), *церква*:

- "хімія": переважають негативні оцінки, які об'єднують ч і ж асоціації у лексичному ряді *бензин* (3ч, 2ж), *гума* (1ч, 1ж), *хімічні речовини* (ж), *хімічний розчинник 546* (ч); негативно оцінюється ч і ж все, що пов'язане з лікуванням: *лікарня* (3ж, 1ч), *медицина, мазь Вишневецького, ліки* (ж); ж не сприймають запах *прального порошку*, а ч – *ацетону*.

- "предметний світ": спільні ольфакторні преференції виявлено стосовно запаху друкованої продукції, всього, що пов'язане з деревиною, а також *білизни з морозу* (2ж, 1ч). Джерелом негативного ольфакторного досвіду для жінок є реалії із сфери "домашній бруд": *книжковий пил, непомигта посуда*. Респонденти обох статей однаково не сприймають запаху *туалету* (5ж, 9ч), *цигаркового диму* (3ж, 1ч).

3. Людські запахи (84ж, 22ч). У ж і ч асоціативному полі розгортається амбівалентність екзистенційного модусу людського запаху: *люди, запахи людини* (ж-), *люди, коли люди добре говорять* (ж+), *людський* (ч-). *Запахи людини* у своєму негативному вимірі асоціюються з недоглянутим тілом: *піт* (5ж, 6ч), *спітнгле тіло* (ж), *недоглянуте, немите тіло* (2ч), для жінок джерелом позитивних одоративних емоцій є її *власне тіло*, а також соматизми *волосся, шия, шкіра після купання в морі*.

У жіночому асоціативному полі висока ольфакторна оцінка приписується рідним, близьким людям (*мама, сім'я*), *коханому чоловікові* (3). У жіночій мовній картині світу високооцінюваними є немовлята, діти взагалі, а у чоловічій – *рідні діти*. Чоловічий логос виявляє преференцію у сфері культурної метафори *запах жінки* без вказівки на ступінь інтимно-емоційної чи родинної близькості з жіночою статтю: *найкраще пахнуть жінки; приємний запах красивої жінки; жіноче плече (пахне одразу і шкірою, і волоссям)*. Відзначимо, що САС фіксує на стимул *жінка* одоративну реакцію (*аромат*) тільки в українській частині; АТСРЯ теж не фіксує одоративних реакцій на жінку; в експерименті О.Горшко фігурує чоловіча реакція *теплий запах* на жінку [3, с.343].

"Людське" ольфакторне поле у жіночій мовній свідомості демонструє високий ступінь соціопсихологічної маркованості, яка продукує переважно негативний емоційно-оцінний ореол, чого ми не спостерегли у корпусі чоловічих асоціатів. Людина у сукупності своїх вікових,

## АСОЦІАТИВНЕ ПОЛЕ ЗАПАХУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ СВІДОМОСТІ (ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ)

професійних, морально-психологічних ознак і станів потрапляє на оцінну шкалу запаху. Саме прерогативою корпусу жіночих асоціацій виявляється універсальна дихотомія: дитина пахне гарно (9), а стара людина навпаки (3). У фокус жіночого негативного ольфакторного поля потрапляють *бамжі* (3), *військові*; конкретні люди: *знайома жінка 53 років*; *Пенелопа Круз*, а також носії негативних психофізіологічних та морально-психологічних рис: *п'яна людина* (5); *зла, непорядна особа*; *невихована та нервова людина*; *негативні риси людини*; *плітки та їх автори*. На ольфакторному полюсі перебувають психофізіологічні стани із сфери індивідуального тілесного та психічного досвіду жінки: *болить голова*, *вагітність*, *поганий настрій*, *соромно* (-); *вдих*, *сон*, *хочу щем*, *гарний настрій* (+).

4. *Ї ж а, н а п о ї* (55ж, 28ч). Різностатеві респонденти одноставно актуалізують позитивну ольфакторну оцінку хліба, насамперед свіжого (5ж, 2ч), далі за ступнем спадання: *кава* (9ж, 5ч), *смажена картопля* (1ж, 1ч), *шоколад* (1ж, 1ч), *вино* (1ж, 1ч). Жінки актуалізували більш широке і розмаїте поле їжі, натомість саме у чоловічому корпусі зафіксована родова назва *їжа*, яку слід визнати константою чоловічої мовної свідомості, яка, приміром, регулярно актуалізується як реакція на назви осіб жіночої статі. У жіночому субполі негативних асоціацій фігурує ряд із семантичним компонентом "смажене, варене", а у чоловічому – "несвіжість": *кисле*, *горіле*, *старе*.

Смаки різногендерних суб'єктів несподівано різко розійшлися стосовно риби [ж на ольфакторному рівні не сприймають рибу у будь-якому вигляді (6), а ч демонструють однозначну запахову преференцію (2)], яєць [ч не сприймають запах яєць в принципі (2), а ж – тільки несвіжих]: ж негативно ставляться до запаху *пива* (3), а чоловікам він подобається, проте вони не сприймають запаху *горілки* (4), *спирту* (1).

5. "І н ш і з п а х и", зокрема пов'язані з розкладанням (26ж, 21ч): *бруд*, *брудні одяг*, *шкарпетки* (5ж, 4ч), *сміття* (5ж, 1ч), *каналізація* (4ж, 1ч), *лайно* (1ж, 5ч), *перегар* (2ж, 2ч), *розкладання* (1ж, 1ч). Чоловіче неприйняття запаху яйця дає асоціативний імпульс *тухле яйце* (2), а ж демонструють неприйняття запаху *гнилих* (2), *зіпсованих* (2) продуктів харчування.

6. *А б с т р а к т н е* (40ж, 7ч). Безумовною прерогативою жіночої асоціативної поведінки постають умоглядні категорії в ольфакторному просторі: *любов* (2), *правдивість*, *благополуччя*, *вірність*, *ласка*, *щастя* (+), ч – *радість* (+); відповідно – неприємно пахнуть для ж *зрада* (2), *зло*, *фальш*, *пошлість*, *гонор*, *заздрість*, *горе*, *розпач*, для ч – *занепокоєння*, *огидні моменти*. І ж, й ч засвідчують ольфакторне несприйняття *брехні* (6ж, 1ч).

У жіночому асоціативному полі одоративно маркованим із знаком – виявляється *брутальна лайка*, що, слід гадати, відсилає до її метафізичної природи: «Найбільш сильні непристойності пов'язані з найсильнішими запахами, у той час, як найбільш слабкі – це літературні слова, які далеко відстають від первинних образів і повністю дезодоровані» [2, с. 19]. Пор. в англійській мові offensive поєднує значення "образливий" та "противний (про запах)".

Жіночий когнітивний стиль у сприйнятті приємного запаху опосередковується, з одного боку, одиницями із семантикою наближення (*вже*, *от-от*, *близько*), що суголосне мовній когнітивній перспективі одоративного лексику "наявність, наближення чого-небудь", а з іншого – віддаленням від суб'єкта (*ненаписане*, *несказане*, *неможливе*, *зникло*) як модусу невловимості запаху як його метафізичної і субстанціональної характеристики. У жіночому асоціативному полі ольфакторна дихотомія приємне – неприємне проектується на екзистенційну опозицію життя – смерть з перевагою одиниць другого елемента опозиції: *смерть* (2), *кінець*, *кінець світу*, *вмерти*.

*Висновки.* Отже, ольфакторний вимір мовної картини ч і ж закорінений в природу, ландшафт, предметний світ, хіміосферу та ін. українського простору. Саме в лексичному структуруванні цих елементів засвідчені спільні ольфакторні преференції та негації різногендерних суб'єктів. На відміну від ч, ж виявилися набагато чутливішими стосовно культурно-антропоморфної, соціальної, психофізіологічної та метафізичної природи запаху. Як показав експеримент, ця чутливість конвертувалась у жіноче лексичне поле одиниць з

### **Ставицька Л.О.**

оказіональною або культурно зумовленою одоративною семантикою з переважанням негативних оцінок. Очевидно, на тонкому сенсорному рівні ж фіксують еманацию недовершеності культурних смислів людського духу через тіло і навпаки і куштують дух буття з його недосконалістю та загрозою для сушого. Та й, власне, вислів пахне чимсь у метафоричному сенсі рідко обіцяє наближення чогось радісного й присмного.

### **Список літератури**

1. АТСРЯ – Ассоциативный тезаурус современного русского языка / Под ред. Ю.Н. Караулова, Ю.А.Сорокина, Е.Ф.Тарасова, Н.В. Уфимцевой, Г.А.Черкасовой. – М., 1994.
2. Берн Э. Секс в человеческой любви / Пер. с англ. М.П.Папуша. – М., 1998.
3. Горошко Е.И. Языковое сознание: гендерная парадигма: Монография. – М.-Харьков, 2003.
4. Мусабекова У.Е. Ассоциативный эксперимент в изучении одоративных единиц // Хабаршы. Филология сериясы. №4 (76). – Алматы: Казак університеті. 2004. – С. 45-146.
5. САС – Уфимцева Н.В, Черкасова Г.А., Караулов Ю.Н. Тарасов Е.Ф. Славянский ассоциативный словарь. Русский. Белорусский. Болгарский. Украинский. – М., 2004.
6. Шаал Б., Руби К., Марль Л., Суссиньян Р., Контар Ф., Трембле Р.Э. Изменчивость и универсалии в воспринимаемом пространстве запахов. Межкультурные подходы к исследованию обонятельного гедонизма // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. – М.: Новое литературное обозрение. 2003. – С. 87-119.

*Поступила до редакції 10.03.2005 р.*