

УДК 159.93

МОДАЛЬНОСТИ ЧУВСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ: СИНЕСТЕЗИЙНЫЙ ПОДХОД

Папченко Е.В.

*ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
Ростов-на-Дону, e-mail: evpapchenko@sfedu.ru*

Проведен анализ модальностей чувственности в современной культуре с точки зрения синестезийного подхода. Довольно часто под синестезией понимается способность раздражителя вызывать не только специфическое для него ощущение в том органе чувств, который природой создан для восприятия данного раздражителя, но также и ощущения в других органах чувств, непригодных для восприятия данных стимулов (например, при восприятии музыки, могут возникать одновременно зрительные и слуховые ощущения). Действительно принцип соединения психофизических характеристик, позволяет добиваться эстетической образности (например, тёплые и холодные цвета, переливающиеся аккорды звонких красок, мощное звучание цвета, музыка красок, аромат живописи и т.д.); полимодального воздействия на человека (например, цветомузыка, поющие фонтаны, управляемые под музыкальное сопровождение фейерверки). Однако синестезия представляет собой скорее социокультурный, а не биологический феномен.

Ключевые слова: модальность, чувственность, цвет, звук, запах, синестезия

MODALITY SENSUALITY IN MODERN CULTURE: SYNTHESIZING APPROACH

Papchenko E.V.

Southern Federal University, Rostov-on-Don, e-mail: evpapchenko@sfedu.ru

In modern culture modality Sensuality has analyzed from the point of view synthesizing approach in modern culture modality. Synesthesia is an ability of stimulant to evoke specific sensations in different sense organs. Sometimes specific stimulus don't match to some sense (for example, listening to music includes visual experience and auditory sensations). The basis is the principle of psychophysical connection. It includes aesthetic imagery (warm color, ringing chords, powerful sounding music, scent of painting and etc.) and multimodal impact (singing fountains).

Keywords: modality, sensitivity, color, sound, smell, synesthesia

Философско-культурологический анализ таких видов чувственности, как цветное зрение (Р. Арнхейм, У. Бер, С.И. Вавилов, Р.Л. Грегори, М. Дерибере, Р.М. Ивенс, Ч. Пэдхем, В.М. Розин, Дж. Сондерс, С. Толанский, Д. Хьюбел и др.), слух (У. Брэгг, И.А. Варганян, С.В. Рязанцев, Д. Туп, И.Г. Хорбенко и др.), обоняние (Ф.Г. Грибакин, Е.В. Котенкова, В.А. Майоров, В.А. Новожилов, В.Е. Соколов, Л.А. Экономов и др.) и соответствующих им модальностей чувственности – цвета, звука и запаха, – показал, их значимость для бытия человека.

Однако рассмотрение модальностей чувственности с позиций синестезийного подхода длительное время оставалось на второстепенном месте. В то время как принцип соединения психофизических характеристик, позволяет добиваться эстетической образности, например: тёплые цвета, переливающиеся аккорды звонких красок, мощное звучание цвета, музыка красок, аромат живописи и т.д. Как полагает А.А. Потебня, в славянских языках, как и во многих других, вполне обыкновенны сближения восприятий зрения, осязания и вкуса, зрения и слуха: «Мы говорим о жгучих вкусах, резких звуках; в народных песнях встре-

чаются сравнения света и громкого, ясного звука. Вероятно, тайное влияние языка навело слепорожденного на мысль, что красный цвет, о котором ему говорили, должен быть похож на звук трубы» [1, с. 119]. Экспериментальные данные показывают, что гласным русского языка носители русского языка приписывают следующие цветовые значения: а – красная, я – ярко-красная, о – белая, ё – желто-зеленая, е – зеленая, э – зеленоватая, и – синяя, у – сине-зеленая, ю – сиреневатая, ы – темно-коричневая. Задолго до А.А. Потебни Дионисий Галикарнасский выразил эстетическую значимость звуковых свойств языка, показав особенность каждого звука: «Л – самый сладкий, А – самый благозвучный, Р – самый благородный, С – самый безобразный. Одни из звуков ласкают слух, другие раздражают, третьи звучат наподобие рога (М, Н), а иные близки к звериному голосу (С). Перевес гласных создает красоту, преобладание согласных – некрасивость» [2, с. 443]. Дионисий соединяет эстетические, этические и физические характеристики звуков.

Но и независимо от языка возможны подобные сближения. «Мы сравниваем, – пишет Г. Лотце, – низкий тон с темнотой,

а высокий – со светом, в ряду гласных мы видим сходство с гаммой цветов, а цвета для иной впечатлительной чувственности повторяют свойства звуков. Конечно, большое различие как телесной организации, так и душевных свойств различных неделимых делает невозможным общее согласие во всем этом; если, быть может, еще для всякого а относится к у, как черный цвет к белому, то не всякому е представляется похожим на желтый, и – на красный, о – на голубой цвет; точно также не всякий узнает в красном цвете ароматическую сладость, в голубом водянистую кислоту, в желтом металлический вкус. ... Но все эти уступки не изменяют значения подобного взгляда на чувственные восприятия для человеческого развития» [3, с. 179–181]. Таким образом, звуки, из которых состоят слова, способны передавать самые различные признаки своего свойства объектов, этим словом обозначаемых, и тем самым, оказывая влияние на мироощущение человека.

Отметим, что элементы синестезии, на которую в европейской культуре обратили внимание только к XX столетию, практически были укоренены в восточной культуре. Например, чайная церемония в японской культуре является вполне полноценным синтетическим искусством, специфика которого состоит в умножении эстетической действующих факторов [4, с. 176]. Здесь на человека активно воздействует целый синтетический пучок искусств, каждое из которых само по себе высокоорганизовано, но их сплав даёт новое качество, становится самостоятельным видом синтетического искусства. Тогда как на протяжении длительного времени европейская эстетика основывалась на положении, что обоняние и вкус не могут служить каналами эстетического чувства, в восточной культуре обоняние не считалось второстепенным чувством, поскольку именно обоняние связано с личной памятью человека, с его значимым прошлым намного сильнее, чем зрение и слух, что позволяет видеть в нём основу эстетического опыта. Человек как субъект эстетического чувства отнюдь не выступает лишь как обладатель зрения и слуха, напротив, богатство всех видов чувственности, «снямаясь» в одухотворённом эстетическом чувстве, определяет возможность полноценного эстетического восприятия искусства, а доля участия модальностей чувственности зависит как от вида искусства, так и от культурно-исторических традиций. Наряду с тем, что синестезия составляет органическую ткань искусства, она является не только универсальным оператором взаимотрансформаций материала

модальностей, но и «слепком» «наиболее обобщенных системных связей объективного мира в той форме, в которой они раскрываются в отношении к целостному субъекту» [5, с. 258–259].

Так, аромат выражает трудно вербализуемые эмоции, поэтому характеристике духов, согласно мнению парфюмеров Эдмонда Рудницка и Стефана Еллинека, лучше передают зрительные образы и музыкальные метафоры, неестественность, животный компонент, дискретность. Духи являются произведением искусства, рождённого памятью, воображением и знанием парфюмеров-творцов, использующих как обонятельные способности, так и память, в которой хранятся сотни запахов. Художники и парфюмеры поставили на службу людям настоящее произведение искусства, доведя композиции до совершенства, превратив их в шедевры, не уступающие творениям великих композиторов и художников. Тысячелетиями природа рождала для человека восхитительную палитру разнообразных ароматов: пряных, острых, цветочных, лесных, амбровых, мускусных, фруктовых и гесперидных, а вклад химии синтеза в десятки раз увеличил гамму запахов, и духи стали как престижным украшением высокой моды, индустрии роскоши, так и предметом повседневной жизни человека.

Демократизация духов привела к бурному развитию парфюмерии, превратив её в мощную разветвленную индустрию с чётко выраженной тенденцией выпуска целых линий ароматной продукции, которые включают духи, туалетные воды, дезодоранты, мыла, гели для ванн, крема и т.д., объединённые одним ароматом. Разнообразие форм, широкая цветовая палитра, использование дизайнерами различными по фактуре и качеству материалов привели к тому, что первое, визуальное впечатление, произведенное той или иной торговой маркой на потребителя, подчас оказывается решающим [6, с. 39]. Именно поэтому восприятие духов постепенно изменилось и, кроме запаха важными элементами стали флакон, упаковка и реклама, т.к. форма флакона, его цвет, даже пробка интригуют покупателя. Например, духи «O la-la!» вполне закономерно «проживают» в хрустальном флаконе, имеющем форму бокала для шампанского, а запах духов способствует созданию праздничной атмосферы. Флаконы, созданные знаменитым сюрреалистом С. Дали, являются успешным сочетанием двух искусств – парфюмерии и скульптуры, где гармонично сочетаются формы флакона с аристократическим ароматом духов. Неслучайно благоухание того

или иного аромата подчёркивается не только формой флакона, но и соответствующим цветом упаковки. Причину активного интереса к цвету понять нетрудно, поскольку цвет не только характеристический признак, присущий буквально всем предметам окружающего человека мира и точно определяющий фундаментальные отличия различных объектов, он является источником сильного эстетического и эмоционального впечатления. Можно согласиться с мнением П.В. Яньшина, о том, что цвета не «перегородка», а «дверь» восприятия и базис познания мира [5, с. 75]. Дизайн флакона составляет не только существенную часть маркетингового образа духов, но и является дополнительным фактором, оказывающим влияние на человека. Так, в 1974 г. была открыта молекула вещества калон, обладающая горько-солёным, йодистым запахом, пятнадцать лет спустя популярность мужской туалетной воды «Kenzo pour Homme», созданной К. Матье, превзошла все ожидания [7, с. 513–532]. Под стать запаху был и флакон работы С. Мансо: тёмно-сине-зелёный, будто изогнутый сильнейшим океанским шквалом, что является наглядным примером того, что не только запах привлекает человека, но и цвет обладает особым очарованием и влиянием.

Неслучайно авторитетный исследователь синестезии Б.М. Галеев, рассматривающий синестезию скорее как социокультурный, а не биологический феномен, отмечает, что этимологическая расшифровка термина – соощущение – отнюдь не исчерпывает его содержание [8, с. 11–12, 47–48], не обязательно проверять правоту метафорического выражения «холодный взгляд» с термометром в руках [9]. Синестетическими аналогиями полны литературные источники, живопись, музыка. В ходе развития материальных средств и самого искусства постоянно и последовательно меняется облик всей системы искусств и специфика каждого из них, результатом чего является рождение новых видов искусств: в кинематографе появилось стремление к «зримому слову»,

что помогли реализовать новые средства аудиовизуальной коммуникации (электроакустика и светотехника); реакция искусства на появление новой техники (световой проекции) выразилась в создании инструментальной «зримой» музыки.

Взаимодействие современного технологического инструментария (компьютеры, лазер, электронные устройства), использование цвета и музыки, позволяет оказывать полимодальное воздействие на человека и создавать не просто цветомузыкальные композиции, а зрелищные объекты (например, «поющие фонтаны» с «танцем» струй, меняющих под музыку свою высоту и цвет; управляемые под музыкальное сопровождение фейерверки и т.д.) [10, с. 56–66].

Таким образом, синестезия позволяет инвариантно воспринимать различные модальности чувственности, что в свою очередь способствует целостному восприятию мира.

Список литературы

1. Потебня А.А. Мысль и язык // Эстетика и поэтика. – М.: Искусство, 1976.
2. Лосев А.Ф. История античной эстетики. Ранний эллинизм. – М.: Искусство, 1979.
3. Lotze H. Mikrokosmos – Leipzig. Bd. 2, P. 179–181 // Цит. по: Потебня А.А. Мысль и язык // Эстетика и поэтика. – М.: Искусство, 1976.
4. Скворцова Е.Л. Эстетическая равноценность всех чувств человека в японской культурной традиции // Человек. – 2011. – № 4. – С. 170–184.
5. Яньшин П.В. Психосемантика цвета. – СПб.: Речь, 2006.
6. Муравьев С.В. Традиции и современные тенденции в дизайне упаковки для парфюмерии // Дизайн-Ревю: Издательско-просветительский центр «Дизайн-квартал». 2008.
7. Никольская Н. Парфюмерия, химия и общество: пути развития индустрии ароматов // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 2. / Сост. О.Б. Вайнштейн. – М.: Новое литературное обозрение. – 2003. – С. 513–522.
8. Галеев Б.М. Содружество чувств и синтез искусств. – М.: Знание. 1982.
9. Галеев Б.М. Синестезия как средство чувственной гармонизации «виртуальной реальности» // Электронный ресурс: URL: http://synesthesia.prometheus.kai.ru/chelVirt_r.htm (дата обращения 15.10.2015 г.).
10. Галеев Б.М. «Экспериментальное искусство»: как быть со светомузыкой? // Философские науки. – 2005. – № 9. – С. 56–66.