

dr hab. Anna Ginter

Uniwersytet Łódzki

Wydział Filologiczny, Instytut Rusycystyki, Zakład Językoznawstwa

tel. (42) 665 53 10

e-mail: anna.ginter@uni.lodz.pl

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6735-6149>

METAFORY SYNESTEZYJNE W OPISACH DOZNAŃ ZAPACHOWYCH WE WSPÓŁCZESNYM JĘZYKU ROSYJSKIM (NA PODSTAWIE WPISÓW NA BLOGACH O TEMATYCE PERFUMERYJNEJ)

ABSTRAKT

Celem podjętych w artykule rozważań jest zaprezentowanie mechanizmu funkcjonowania metafor synestezyjnych określających zapach we współczesnym języku rosyjskim na materiale pochodzącym z wpisów na blogach internetowych o tematyce perfumeryjnej. Metafory synestezyjne rozumiane są przy tym jako metafory, których domeny źródłowe są domenami percepcyjnymi, natomiast domeny docelowe dotyczą doznań zarówno percepcyjnych, jak i niezwiązanych z wrażeniami zmysłowymi. Dyskusja prowadzona jest głównie z perspektywy lingwistyki kognitywnej i nauk neuronalnych. Jak wykazały obserwacje, opis wrażeń zapachowych dokonywany jest za pomocą odniesień do doświadczeń charakterystycznych dla innych modalności. Co ciekawe, znaczącym czynnikiem biorącym udział w określaniu jakości zapachowych są wspomnienia.

Słowa kluczowe: synestezja, metafora synestezyjna, zapach, wrażenia zmysłowe, wspomnienia

ABSTRACT

SYNAESTHETIC METAPHORS IN THE DESCRIPTIONS OF OLFACTORY SENSATIONS IN THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE (BASED ON THE MATERIAL OF POSTS ON INTERNET PERFUME BLOGS)

The aim of the article is to identify the mechanism of the functioning of synaesthetic metaphors describing fragrance in the modern Russian language. The linguistic material comes from posts on Internet perfume blogs. Synaesthetic metaphors are understood here as metaphors which result from a mapping of perceptual concept from a source

domain onto a concept of perceptual or non-perceptual domain. The discussion is conducted mainly from the perspective of cognitive linguistics and neuronal sciences. As the results of the analysis prove, descriptions of olfactory sensations involve references to experiences typical of other modalities. What is interesting is that recollections are regarded as the most significant factors that determine descriptions of fragrances.

Key words: synaesthesia, synaesthetic metaphor, fragrance, sensory experience, recollection

Synestezja i metafora synestezyjna

Synestezja definiowana jest jako stan lub zdolność, w której „jednomodalny bodziec zmysłowy wywołuje mimowolnie jednoczesne wrażenie w dwu lub więcej modalnościach zmysłowych”¹. Wrażenia te pojawiają się automatycznie w odpowiedzi na bodziec, bez kontroli osób ich doświadczających i bez możliwości ich wytłumienia². Jak zauważa Marta Mołodyńska-Wheeler, na podstawie obserwacji własnych doznań multisensorycznych, skojarzenia synestezyjne „wzbogacają postrzeganą rzeczywistość o nieistniejące w niej jakości. Są niezmiennie i towarzyszą synestetykom przez całe życie, a określone dźwięki, tonacje, liczby i litery wywołują u tej samej osoby zawsze wrażenie tego samego koloru (np. tonacja E-dur zawsze będzie dla mnie niebiesko-fioletowa, a litera A czerwona). Synestezja jest zjawiskiem subiektywnym, zatem każdy synestetyk doznaje innych wrażeń, gdy pojawia się bodziec zmysłowy”³.

Synestezja jest zjawiskiem stosunkowo rzadkim – dotyczy około trzech procent populacji. Jak zatem wyjaśnić obecność w codziennym języku takich połączeń międzymodalnych, jak *ciepłe/chłodne kolory, krzykliwe kolory, ostre dźwięki czy aksamitny głos*? Jak dowiodły prowadzone w tym kierunku badania, są one rezultatem ogólnych tendencji kojarzenia różnych rodzajów doznań sensorycznych, np. dźwięku z barwą niemuzyczną, o czym pisze w swoim artykule Aleksandra Rogowska. Muzyka o radosnym charakterze i szybkim tempie kojarzona jest zwykle z barwami czystymi, jasnymi i jaskrawymi, natomiast wolna, nostalgiczna muzyka refleksyjna odpowiada barwom pastelowym, wyblakłym, zabrudzonym i ciemnym⁴. Lawrence Marks nazwał je uniwersalnymi doświadczeniami

¹ A. Rogowska, *U źródeł synestezji: podstawy fizjologiczne i funkcjonalne*, „Przegląd Psychologiczny” 2002, t. 45, nr 2(4), s. 465.

² Zob. J. Skowronek, *Czy jesteś synestetykiem? Typologia synestezji*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 22.

³ M. Mołodyńska-Wheeler, *Synestezja – implikacje praktyczne w pracy muzyka i anglisty*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 158.

⁴ A. Rogowska, *Związki synestezji z muzyką*, „Muzyka” 2002, nr 1, s. 85.

synestezyjnymi⁵. Prowadzone przez niego obserwacje, potwierdzone później przez Radera i Tellegena⁶, dowiodły, że wysokie tony dźwięków mogą wywoływać wrażenia wizualne małych rozmiarów, natomiast niskie tony – wrażenia większych rozmiarów; jasne, jaskrawe kolory kojarzone są z wysokimi tonami dźwięków, podczas gdy ciemne kolory w powszechnym odczuciu korespondują z niskimi. Badacze wykazali, że projektowanie wrażeń dźwiękowych na barwy przebiega zgodnie z uniwersalnymi regułami dostępnymi nie tylko synestetykom.

Vilayanur Ramachandran twierdzi, że poniekąd wszyscy jesteśmy na pewnym poziomie synestetykami. Badania prowadzone w zakresie mechanizmów działania mózgu pozwoliły mu zaobserwować, że „nawet u osób niedoświadczających synestezji spora część aktywności zachodzącej w umyśle polega na zupełnie normalnych, niearbitralnych interakcjach międzymodalnych”⁷. Podobnego zdania jest Iryna Boychuk, która pisze, że „zjawisko synestezji w jakiejś mierze dotyczy każdego z nas, ponieważ jest ono wynikiem naturalnej zdolności człowieka do jednoczesnego przetwarzania wrażeń zmysłowych o kilku modalnościach”⁸.

Co więcej, według Ramachandrana istnieją przesłanki, które przemawiają za związkiem synestezji z metaforą. Jak jednak przyznaje, „trudno uchwycić charakter tego związku, ponieważ o ile synestezja polega na tworzeniu arbitralnych kombinacji dwóch niepowiązanych rzeczy (jak np. barwa i cyfra), o tyle w metaforze oba człony łączone są pojęciowo w niearbitralny sposób (np. Julia i słońce)”⁹.

Synestezja nie jest więc synonimem metafory, choć w wielu pracach obydwie te terminy używane są zamiennie¹⁰. Synestezja, jako zjawisko o podłożu neuronalnym, jest zdecydowanie odróżniana od powszechnej w języku naturalnym metafory synestezyjnej, która podlega tym samym mechanizmom, co metafora

⁵ L.E. Marks, *On colored-hearing synesthesia: Cross-modal translations of sensory dimensions*, „Psychological Bulletin” 1975, vol. 82, no. 3, pp. 303, 312–313.

⁶ Ch. Rader, A. Tellegen, *A Comparison of Synesthetes and Nonsynesthetes*, [w:] *Imagery*, t. II, *Concepts, Results and Applications*, E. Klinger (red.), New York 1981, p. 154.

⁷ V.S. Ramachandran, *Neuro nauka o podstawach człowieczeństwa. O czym mówi mózg?*, Warszawa 2012, s. 129.

⁸ I.I. Boychuk, *Synestezja jako klucz do poszerzonego odbioru, poznawania i twórczości w różnych dziedzinach sztuki*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 66.

⁹ V.S. Ramachandran, *Neuro nauka...*, s. 329, przypis 6. Ramachandran w podanym przykładzie nawiązuje do dramatu Williama Szekspira *Romeo i Julia*: „To brzask na Wschodzie, a słońcem jest Julia!” (akt II, scena 2, w przekładzie Stanisława Barańczaka).

¹⁰ Por. M. Prandi, *Conceptual conflicts in metaphor and figurative language*, New York – London 2017; F. Strik Lievers, *Figures and the senses. Towards a definition of synaesthesia*, „Review of Cognitive Linguistics” 2017, no. 15(1), pp. 83–101.

w ujęciu George'a Lakoffa i Marka Johnsona¹¹ i powstaje w rezultacie rzutowania pojęć z domeny źródłowej (wyjściowej) do domeny docelowej¹². Metafora synestezyjna rozumiana więc jest jako metafora, której domena źródłowa jest domeną percepcyjną, natomiast domena docelowa może dotyczyć doznań zarówno percepcyjnych, jak i niezwiązanych z wrażeniami zmysłowymi. Jest ona rezultatem powszechnej wrodzonej zdolności ludzi do kojarzenia pewnych wrażeń zmysłowych z innymi doznaniem zmysłowymi lub niezmysłowymi.

Wśród metafor synestezyjnych można wyróżnić dwa ich rodzaje: metafory konwencjonalne i niekonwencjonalne (żywe, autorskie). Pierwsze z nich to metafory używane w codziennym języku, takie jak *jasny dźwięk*, *ciepły głos* czy *gorzki zapach*, dziś już często nawet nieodczuwane czy uświadamiane jako niezwykle połączenia doznań pochodzących z odmiennych modalności. Francesca Strik Lievers nazywa je stałymi konceptami metaforycznymi¹³. Połączenie doznań słuchowych z dotykowymi (temperaturą) w metaforze *ciepły głos* można według niej rozpatrywać jako przykład spójności systemu konceptualnego. Głos może być bowiem nie tylko ciepły, ale też chłodny / zimny, szorstki, chropowaty, gładki itd. Co więcej, możliwe jest utworzenie nowych połączeń będących przykładami tego samego synestezyjnego konceptu metaforycznego: *palący głos*, *orzeźwiająca piosenka* itd. Konwencjonalne metafory synestezyjne są zatem produktywne.

Należy też podkreślić, że w przypadku metafor konwencjonalnych znaczenie głównego wyrazu (w podanych przykładach przymiotnika) jest dostosowywane do znaczenia drugiego wyrazu. W metaforze *ciepły głos* rzeczownik zachowuje swoje znaczenie, natomiast znaczenie przymiotnika ulega modyfikacji: traci on te aspekty swojego znaczenia, które nie są kompatybilne z wyrazem *głos*, tzn. swoje odniesienie do domeny dotyku.

Liczne przykłady niekonwencjonalnej odmiany metafory synestezyjnej znajdziemy w tekstach literackich. Pisarze, bez względu na to, czy doświadczają synestezji w rozumieniu doznań uwarunkowanych genetycznie, czy też nie, konstruują oryginalne kompozycje na zasadzie analogii do rzeczywistych doświadczeń międzymodalnych. Jak to jednak wykażą dalsze rozważania, metafory niekonwencjonalne są też narzędziem chętnie i z dużym sukcesem wykorzystywanym do opisu doznań zapachowych.

¹¹ G. Lakoff, M. Johnson, *Metafory w naszym życiu*, Warszawa 2010.

¹² M. Werning, J. Fleischhauer, H. Beseoglu, *The Cognitive Accessibility of Synaesthetic Metaphors*, [w:] *Proceedings of the Twenty-Eighth Annual Conference of the Cognitive Science Society*, R. Sun, N. Miyake (red.), London 2006, p. 2365.

¹³ F. Strik Lievers, *Synaesthetic metaphors in translation*, „Studi e Saggi Linguistici” 2016, vol. LIV(1), p. 46.

Celem niniejszego artykułu jest zatem przeprowadzenie obserwacji metaforycznych eksperymentów językowych o charakterze synestezyjnym obecnych w rosyjskich blogach internetowych o tematyce perfumeryjnej.

Kilka słów o zapachu

Metafory synestezyjne zaobserwowane w blogach internetowych pod względem swojej struktury uwarunkowane są problematyką podjętą przez autorów. Przykład niewątpliwie najciekawszy ze względu na bogactwo środków o charakterze synestezyjnym stanowią blogi o tematyce perfumeryjnej. Zapach sam w sobie jest bowiem lingwistycznie zjawiskiem niezmiernie interesującym. Jak pisze Ramachandran, „wrażenie jest z natury rzeczy subiektywne i niewyraźne: wiemy na przykład, jakie to «uczucie» doznawać żywej czerwieni biedronki, ale nigdy nie mogliśmy opisać tej czerwieni niewidomej osobie czy nawet daltoniście, który nie potrafi odróżnić czerwonego od zielonego”¹⁴. Tym trudniej jednak opisać doznania, których pole lekcyjne jest tak bardzo ubogie.

Zapachy tworzą kategorię sensoryczną trudną do słownego opisu. Jako jeden ze zmysłów niższych, drugorzędnych, węch odgrywa w procesie poznawania bardzo niewielką rolę, znacznie mniejszą niż wzrok i słuch, co stanowić może powód, dla którego język (polski i rosyjski) nie dysponuje prymarnymi środkami leksykalnymi opisującymi wrażenia zapachowe¹⁵. Marian Bugajski przyczyn takiego stanu rzeczy upatruje między innymi w uwarunkowaniach neuropsychologicznych¹⁶. Jak wyjaśnia, działanie zmysłów wyższych (wzroku i słuchu) polega na kilkustopniowym przepływie informacji: pierwszy etap zachodzi w analizatorze sensorycznym, drugi natomiast w gnostycznym, gdzie odbywa się właściwa percepcja, czyli uświadomiona reakcja na bodźce. W przeciwieństwie do nich system sensoryczny węchu jest bezpośrednio połączony z analizatorem gnostycznym, który pełni też funkcje analizatora sensorycznego i percepcyjnego. Biorąc zaś pod uwagę stopień rozwoju analizatora i złożoności wzorców bodźcowych w poszczególnych jednostkach gnostycznych oraz liczbę szczebli przekąźnikowych prowadzących do powstania tych wzorców, należy stwierdzić, że droga z narządu powonienia do mózgu jest znacznie krótsza niż

¹⁴ V.S. Ramachandran, *Neuronauka...*, s. 106.

¹⁵ Por. B. Kuryłowicz, *Jak purpurowy zapach róży... Metafory synestezyjne w młodopolskich tekstach poetyckich*, „Białostockie Archiwum Językowe” 2011, nr 11, s. 99.

¹⁶ M. Bugajski, *O definiowaniu leksemów zapachowych w słownikach języka polskiego*, [w:] *Słowa i ich opis: na drogach współczesnej leksykologii*, D. Zdunkiewicz-Jedynak (red.), Warszawa 2012, s. 100–101; M. Bugajski, *Jak pachnie rezeda? Lingwistyczne studium zapachów*, Wrocław 2004, s. 11.

w przypadku innych zmysłów, w wyniku czego „procesy mózgowo i umysłowe nie są w stanie natychmiast wytworzyć sądów, spostrzeżeń i pojęć; tych zaś, nawet jeśli zostaną wytworzone, nie jesteśmy w stanie usymbolizować w postaci znaku językowego”¹⁷.

Jednostopniowy proces przepływu informacji może nie być jedyną przyczyną braku ujęzykowania wrażeń zapachowych. Bugajski nie wyklucza w tym względzie również uwarunkowań kulturowych i idiolektalnych, a nawet emocjonalnych, jak chwilowy nastrój¹⁸. Magdalena Kokoszka jako przyczynę rozważa zaś ponadto „status zapachu jako pierwotnej formy porozumiewania się, wypieranej przez konkurencyjną na tym polu mowę ludzką z obszaru komunikacji”¹⁹. Tę lukę słownikową, bez względu na jej przyczynę, pomagają wypełnić określenia charakterystyczne dla pozostałych modalności. Metafora synestezyjna pełni tu zatem przede wszystkim funkcję kompensacyjną, definiując aromat poprzez analogię do innych wrażeń sensualnych.

Metafory synestezyjne w opisach olfaktorycznych

W przypadku doświadczeń węchowych za kryterium podziału przyjmuje się zwykle odczucia w kategoriach przyjemny /nieprzyjemny, którym odpowiadają czasowniki *pachnieć* i *śmierdzieć*. W zebranych materiale mamy jednak do czynienia z opisami doznań wywołanych przez perfumy – chodzi zatem z reguły o zapachy przyjemne, utożsamiane z elegancją, określane jako aromaty. Uwaga skierowana więc będzie przede wszystkim na sposób konceptualizacji odczuć zapachowych, biorąc pod uwagę stopień konwencjonalizacji rozpatrywanych konstrukcji synestezyjnych.

Analiza opisu doświadczeń zapachowych, ze swej natury bardzo subiektywnych i indywidualnych, wymaga jednak podania szerszego kontekstu. Aby zatem można było uchwycić ich specyfikę i mechanizm oddziaływania, podaję obszernie fragmenty dwóch wpisów²⁰ na blogach internetowych, które dostarczają wyjątkowo bogatego materiału badawczego.

Tekst 1.

Этот аромат подойдет любителям сладкой розы. Аромат играет то сладкими, то кисловатыми, то свежими переливами. Райская история

¹⁷ M. Bugajski, *O definiowaniu leksemów...*, s. 3.

¹⁸ M. Bugajski, *Jak pachnie rezeda...*, s. 11.

¹⁹ M. Kokoszka, *Jak opisać woń rezedy?: Tuwim i zapachy*, [w:] *Reinterpretacje*, M. Tramer, A. Wójtowicz (red.), Katowice 2015, s. 106.

²⁰ W zacytowanych fragmentach została zachowana oryginalna ortografia.

разворачивается под аккорды нежнейшей ванили, выращенной под палящим мадагаскарским солнцем. С первых нот утонченный белый мускус укрывает марокканскую розу (...). Сладкое сердце аромата пронизано карамелью и вибрирующими нотами ливанского кедра и ландыша. Финал композиции венчает цветочный дуэт фиалки и дамасской розы, усиленный терпкой смородиной, завершающей ольфакторное восприятие аромата. Аромат мягкий, ненавязчивый, без напористости. (...) Аромат довольно легкий и женственный, но с характером и долей дерзости. Свежий вихрь разноцветных лепестков, бодрящая энергия цитрусовых нот. (...) Красивый аромат свежей и прохладной розы, звучание которой становится плотнее и гуще в процессе раскрытия. Помимо розы чувствуется цитрусовая горчинка и фруктовый аккорд. Лавандовая нота дает свежесть и легкую терпкость. (...) «ROSE OF NO MAN'S LAND – аромат (...), который мы никогда не могли услышать. Иллюзорное путешествие в дальние края, где неожиданно, из белой амбры на древесном ложе появляется красавица Роза. (...) Аромат звучит букетом из нежных роз, бутоны которых вплотную набиты лепестками с бархатными гранями, на которых остались капли прохладной росы. В нем также присутствует перечная нота в сочетании с удом, который временами дает легкий медицинский оттенок. Guerlain Aqua Allegoria Rosa Rossa. Rosa Rossa – букет болгарских роз. Увлекательный аромат, необыкновенно нежный, утонченный и выразительный. Сочетание нежной розы и дуэта нот личи и черной смородины. Сливочный аромат сандалового дерева дополняет радостную композицию. Сладковатый, свежий, мягкий аромат с нежным и легким звучанием. (...) Но есть еще один любимчик данного направления (...) Здесь уже колючая, холодная роза на шершавой пачулевой базе с освежающим оттенком лаванды, которая вносит некую мыльность в аромат. Красивый, шлейфовый²¹.

Текст 2.

Нишевая британская марка Jo Malon (...) создала к весеннему сезону очаровательное трио одеколонов (а на деле туалетная вода) с нотой лаванды. (...) Первый аромат, который меня больше всего привлек по описанию – это Wisteria & Lavender. Вистерия или глициния отличается нежным запахом, который для меня больше всего напоминает сирень со светло-сиреневыми соцветиями. Нежный, немного водянистый цветочно-пудровый аромат. Помимо лаванды и вистерии в нотах указаны мускус и гелиотроп. (...) Аромат оказался очень тихим, хоть и нежным, больше женским. Зато два других аромата оказались более громкими и яркими, но тоже не моими. Silver Birch & Lavender оказался ярким, пряно-древесным, лаванда здесь прохладная, даже охлаждающая. Видимо, сказались начальные ноты грейпфрута. В базе – обещанная береза и абстрактные древесные ноты. Аромат жесткий, как накрахмаленный белый воротник рубашки. На мой вкус – больше мужской. (...) Со светлой одеждой, в теплую погоду будет звучать красиво и благородно. В аромате есть весенний задор, юность и оптимизм. Самый громкий и яркий аромат тройцы – это Lavender &

²¹ Королева цветов – прекрасная роза. 2, [online], <https://aromo.ru/blogs/koroleva-cvetov-prekrasnaya-roza-2/>, [dostęp: 31.08.2020].

Coriander. Признаюсь, я не люблю в парфюмерии кардамон, кориандр и шалфей (...) Но в мужской парфюмерии при гармоничном балансе все это звучит очень приятно и дорого. Как и в случае с «Лавандой и кориандром». В начале – шалфейный торнадо, затем лаванда с пряностями. И лишь к базе бобы тонко смягчают звучание²².

Częstym sposobem konceptualizacji wrażeń zapachowych w powyższych tekstach jest odniesienie do doświadczeń słuchowych, co może się wydawać zaskakujące z uwagi na to, że ten kierunek transferu na przykład w reklamach perfum jest dość rzadki²³. Są wśród nich przymiotniki określające stopień natężenia dźwięku (*михий/громкий аромат*), czasowniki charakterystyczne dla wykonywania i odbioru utworu muzycznego (*звучит, играет, можно услышать*), rzeczowniki z kategorii terminów muzycznych (*нота, аккорд, дуэт*).

Co jednak ciekawe, użyte zwłaszcza w tekście 1. środki językowe układają się w opis dzieła muzycznego, tworząc rozbudowaną metaforę muzyczną ZAPACH PERFUM TO UTWÓR MUZYCZNY, w którym jest początek i finał, duety, akordy i nuty składające się na całość kompozycji:

*история разворачивается под аккорды нежнейшей ванили
с первых нот утонченный белый мускус укрывает марокканскую розу
дуэт нот личи и черной смородины
бодрящая энергия цитрусовых нот
в нотах указаны мускус и гелиотроп
вибрирующие ноты ливанского кедра
чувствуется фруктовый аккорд
лавандовая нота дает свежесть
в нем также присутствует перечная нота
сочетание нежной розы и дуэта нот личи и черной смородины
финал композиции венчает цветочный дуэт фиалки и розы*

Jak łatwo można zaobserwować już na przykładzie omówionych wyżej konstrukcji synestezyjnych nawiązujących do doznań słuchowo-muzycznych, również chętnie wykorzystywane są do opisu zapachu wrażenia smakowe, co jest dość oczywiste. Zdaniem wielu psychologów wrażenia smakowe i zapachowe są ze sobą ściśle powiązane²⁴. Językowym potwierdzeniem tej łączności zmysłu smaku i zapachu jest to, że do opisu doznań zapachowych wykorzystywane są najczęściej wykładniki doznań smakowych, a dane słownikowe rejestrują

²² Лавандовая весна в английском стиле, [online], <https://aromo.ru/blogs/lavandovaya-vesna-v-angliyskom-stile/>, [dostęp: 31.08.2020].

²³ Por. M. Witucka, *Jak opisuje się zapachy w reklamie perfum?*, „Poradnik Językowy” 1998, nr 3, s. 3.

²⁴ Por. B. Mitrenga, *Zmysł smaku: stadium leksykalno-semantyczne*, Katowice 2014, s. 28, 233.

istnienie skonwencjonalizowanych określeń międzymodalnych typu *gorzka woń, kwaśny zapach*²⁵.

Doskonałym świadectwem słuszności powyższych spostrzeżeń jest opublikowany na blogu poświęconym aromaterapii²⁶ wykaz subiektywnych asocjacyjnych określeń zapachów, utworzonych za pomocą pojęć należących do innych modalności sensorycznych. Wykaz obejmuje 55 zapachów; w charakterystykach prawie wszystkich spośród nich wykorzystane zostały określenia smaków. Oto kilka przykładów:

Базилек – горьковатый, пряный, терпкий.

Бергамот – горьковато-терпкий, дымный, таинственный, тонкий.

Вербена – изысканно-тонкий, свежий, терпкий.

Гвоздика – маслянистый, пряный, теплый, терпкий, трезвый, яркий.

Герань – влажный, горьковатый, маслянистый, мягкий, нежный, теплый, терпкий.

Грейпфрут – горьковатый, нежный, свежий, холодный.

Иссоп – свежий, слегка сладковатый, терпкий, фантазийно-холодный.

Лиметта – вечерний, легкий, терпко-свежий.

Лимон – горьковатый, свежий, холодный.

Сандал – живой, изысканный, сладостный, терпкий, тонкий, туманный, экзотический.

Powiązanie między wrażeniami smakowymi i zapachowymi dostrzegli też kucharze, którzy przyznają, że smak potrawy w osiemdziesięciu procentach uwarunkowany jest jego aromatem²⁷.

W rozpatrywanych wypowiedziach dotyczących zapachu perfum zaobserwować można zarówno konwencjonalne metafory synestezyjne smak – zapach, jak i metafory autorskie. Do pierwszej grupy należą metafory z przymiotnikami *сладкий (сладковатый), терпкий, кисловатый*:

Аромат играет то сладкими, то кисловатыми, то свежими переливками.

Лавандовая нота дает свежесть и легкую терпкость.

Określenia *сладки, kwaśny, cierpki* mają moc waloryzowania doznań pod względem estetycznym. *Сладки* definiowany jest w słownikach języka rosyjskiego i polskiego jako przyjemny, wywołujący miłe uczucie, w przeciwieństwie do

²⁵ Por. A. Rogowska, *Synestezja*, Opole 2007, s. 187.

²⁶ *Кинезиолог. Нести помощь людям*, [online], <http://kineziolog.su/content/opisanie-zapakhov>, [dostęp: 31.08.2020].

²⁷ Zob. E. Biłas-Pleszak, K. Sujkowska-Sobisz, „Dotykanie zapachu” – metafory synestezyjne we współczesnych tekstach perswazyjnych, [w:] *Стил а семантика*, I. Szczepankowska (red.), Białystok 2008, s. 289. Podają za: B. Kurzyłowicz, *Jak purpurowy zapach róży...*, s. 100.

*kwaśnego, gorzkiego czy cierpkiego*²⁸. Często też słodki aromat wiązany jest z emocjami. Jak pisze Beata Kuryłowicz, „słodka woń kwiatów, w modernistycznych tekstach często utożsamiana z zapachem kobiety, podkreśla zmysłowy charakter miłosnej relacji”. I nieco dalej, powołując się na wypowiedź producenta perfum, zauważa: „Słodycz jest cechą zapachu kulturowo przypisywaną płci pięknej. Producenci perfum słodkie wonie kierują do pań, akcentując ich zmysłowy, namiętny charakter, (...). Słodkie nuty zapachowe perfum rozbudzają w mężczyznach namiętność i zmysłowe pożądanie”²⁹. Trudno się z tym nie zgodzić, dlatego w zacytowanych wypowiedziach zaskakuje brak erotycznych skojarzeń związanych z aromatem *słodkich róż*. Być może wynika to z tego, że o swoich doznaniach zapachowych pisze kobieta, a nie mężczyzna, w którym wspomniane zmysłowe pożądanie ma być rozbudzone.

Co istotne, określenia *słodki – kwaśny/cierpki* nie znajdują się tu w relacjach antonimicznych w skali przyjemny/nieprzyjemny. Nuta cierpka czy kwaskowata w takim samym stopniu uatrakcyjnia aromat perfum jak nuta słodka.

Znacznie ciekawsza wydaje się jednak niekonwencjonalna realizacja transferu smak – zapach. Opis walorów zapachowych wzbogacany jest zwykle o doznania smakowe (i zapachowe) towarzyszące konsumpcji owoców:

чувствуется цитрусовая горчинка и фруктовый аккорд

бодрящая энергия цитрусовых нот

(в аромате) сказались начальные ноты грейпфрута

(аромат) усиленный терпкой смородиной

Сочетание нежной розы и дуэта нот личи и черной смородины.

Nie brakuje w nich oczywiście nawiązań do innych doświadczeń smakowych, związanych z ziołami i potrawami, np.:

присутствует перечная нота в сочетании с удом

сладкое сердце аромата пронизано карамелью

я не люблю в парфюмерии кардамон, кориандр и шалфей

Silver Birch & Lavender оказался ярким, пряно-древесным

лавандовая нота дает свежесть и легкую терпкость

сливочный аромат сандалового дерева

Warto zwrócić uwagę na nieoczywistą motywację: współwystępujące doznania smakowe i zapachowe w znacznym stopniu utrudniają określenie źródła skojarzeń. O ile bowiem w przypadku metafory *Сладкое сердце аромата* пронизано карамелью można mówić o smaku karmelu, o tyle trudno wyobrazić sobie nawiązanie do doświadczeń towarzyszących spożyciu lawendy.

²⁸ Zob. definicje słowa *słodki/sładki* na przykład w słownikach: *Słownik języka polskiego*, M. Szymczak (red.); *Толковый словарь русского языка*, С.И. Ожегов и др. (ред.).

²⁹ B. Kuryłowicz, *Jak purpurowy zapach róży...*, s. 100, 102.

Zamiast o przeniesieniu ze sfery wrażeń smakowych, możemy więc niekiedy mówić o nawiązaniu do indywidualnych skojarzeń zapachowych ukrytych w pamięci.

W opisach perfum przymiotnikami określającymi jakość zapachu są też często prymarne wykładniki wrażeń dotykowych, takich jak faktura, ciężar czy temperatura, które wywołują pozytywne konotacje łagodności i delikatności (*мягкий*), świeżości i ulgi w upalny dzień (*легкий, холодный, прохладный*), np.:

аромат довольно легкий и женственный

аромат мягкий, ненавязчивый

лаванда здесь прохладная, даже охлаждающая

красивый аромат свежей и прохладной розы

Interesujący jest też pod tym względem fragment: *Здесь уже колючая, холодная роза на шершавой пачулевой базе с освежающим оттенком лаванды, которая вносит некую мыльность в аромат, łączący skojarzenia wizualne z dotykowymi. Natomiast metafora Свежий вихрь разноцветных лепестков, бодрящая энергия цитрусовых нот* zawiera w sobie dynamiczny i barwny obraz zapachu na podstawie skojarzeń związanych z wiatrem i płatkami różnokolorowych kwiatów.

W zacytowanym zdaniu pojawia się przykład kolejnego rodzaju „zapóżyć” międzymodalnych, służących do opisu doznań olfaktorycznych – *разноцветные лепестки*. Innym przykładem jest metafora *цветочно-пудровый аромат*. Prymarne wykładniki doznań wzrokowych należą tu jednak do stosunkowo rzadkich i pojawiają się głównie w obrazach będących częścią skojarzeń, wyobrażeń lub wspomnień wywołanych określonym zapachem, np.:

Со светлой одеждой, в теплую погоду будет звучать красиво и благородно.

Аромат жесткий, как накрахмаленный белый воротник рубашки.

Иллюзорное путешествие в дальние края, где неожиданно, из белой амбры на древесном ложе появляется красавица Роза.

Вистерия или глициния отличается нежным запахом, который для меня больше всего напоминает сирень со светло-сиреневыми соцветиями.

O związku między doświadczeniami wzrokowymi i zapachowymi pisze autor jednego z wpisów, znajdując powiązanie między kolorem flakonu i natężeniem zapachu:

Для меня парфюмерия – это аксессуар, гардероб, который делится на мужское и женское. (...) И этот одеколон как раз очень добротный и красивый мужской аксессуар, который придаст свежести и яркости весеннему образу делового человека. Кстати говоря, если присмотреться к цвету крышки, то можно догадаться о насыщенности ароматов, так как у «Вистерии» самый

бледный оттенок, а у «Кориандра» самый насыщенный оттенок лилового. Знакомы ли вы с этими ароматами, сложилась ли с ними дружба?³⁰.

Oprócz zawartych w wypowiedziach blogowych licznych wrażeń multisensorycznych, uwagę zwracają też określenia stanów emocjonalnych wywoływanych przez zapach oraz swoiste przeniesienie na niego cech osobowościowych. Aromat może więc mieć charakter męski lub kobiecy:

Аромат жесткий, как накрахмаленный белый воротник рубашки. На мой вкус – большие мужской.

Аромат довольно легкий и женственный, но с характером и долей дерзости.

Przypisywane są mu cechy ludzkich charakterów i zachowań, w związku z czym bywa *жесткий, ненавязчивый, без напористости, с характером и долей дерзости*, może w nim być *весенний задор, юность и оптимизм*. Nie chodzi jednak o personifikację będącą specyficzną odmianą doznań synestezyjnych, określaną w nauce jako *ordinal linguistic personification*, która polega na pojawianiu się nieprzepartej chęci nadawania cech osobowych lub osobowościowych uporządkowanym sekwencjom lingwistycznym³¹. Bardziej mamy tu do czynienia z szeregiem indywidualnych skojarzeń wywoływanych przez bodziec zapachowy.

Wrażenia i wspomnienia

Trudności związane z opisem zapachu dostrzegł J. Stephan Jellinek, który w naukowy sposób zajmuje się wrażeniami olfaktorycznymi. W książce *Perfumy – marzenie we flakonie* stwierdza: „mówienie o perfumach jest niezwykle trudne. Możemy opisywać jedynie uczucia, które one w nas wyzwalają, a i to w stopniu dość ograniczonym, ponieważ w tej sferze do głosu dochodzi to, co jest ukryte głęboko w podświadomości”³². Słowa te stanowią potwierdzenie obserwacji poczynionych podczas rozważań w poprzedniej części niniejszego artykułu: wspomnienia i indywidualne subiektywne doświadczenia życiowe pełnią niebagatelną rolę w powstawaniu skojarzeń wywoływanych przez zapachy, a tym samym opisujących ów zapach. Mówi o tym również Ramachandran: „Ludzki język wydaje się tak złożony, wielowymiarowy i zdolny do budzenia bogatych skojarzeń, że chciałoby się uznać, że niemal cały mózg albo przynajmniej

³⁰ *Лавандовая весна в английском стиле*, [online], <https://aromo.ru/blogs/lavandovaya-vesna-v-angliyskom-stile/>, [dostęp: 31.08.2020].

³¹ J. Simner, E. Holenstein, *Ordinal Linguistic Personification as a Variant of Synesthesia*, “Journal of Cognitive Neuroscience” 2007, no. 19(4), p. 695.

³² J.S. Jellinek, *Perfumy – marzenie we flakonie. Istota perfum, ich działanie, dobór i zastosowanie zapachów klasycznych i nowoczesnych*, Warszawa 1994, s. 13–14, 18. Podają za: B. Kuryłowicz, *Jak purpurowy zapach róży...*, s. 101.

znaczne jego fragmenty muszą w nim uczestniczyć. Przecież wystarczy, że usłyszymy choćby słowo »róża«, by pojawiło się całe mnóstwo skojarzeń i emocji: pierwsza róża, jaką dostałaś, zapach róż, ogród pełen róż, kolce róż i tak dalej. Czy nie wynika stąd, że różne odległe rejony mózgu muszą współpracować nad wygenerowaniem pojęcia róży? Z pewnością słowo jest tylko osią albo soczewką, wokół której wirują czy skupiają się nasze myśli, skojarzenia, znaczenia i wspomnienia”³³.

Należy podkreślić, że nie chodzi tu tylko o wspomnienia obecne w naszej czynnej pamięci, lecz również o te, które ukryte są głęboko w podświadomości. Związek zapachu i pamięci był przedmiotem wielu badań. Pisze o nich Agata Stronciwilk w artykule poświęconym instalacjom zapachowym Justyny Gruszczyk i Angeliki Markul, powołując się na prace Davida Rubina, Elizabeth Groth, Debry Goldsmith, Simona Chu i Johna Downesa³⁴. Przeprowadzone przez nich badania wykazały, że zapachy przyczyniają się do przywrócenia wspomnień, które w pewnym stopniu zostały już zapomniane. Dowiodły też, że „wspomnienia ewokowane poprzez zapachy są jakościowo i ilościowo odmienne od tych przywoływanych przez słowa czy obrazy. (...) są silniej nacechowane emocjonalnie oraz bardziej szczegółowe. (...) zapachy pomagają przypomnieć sytuacje z wcześniejszych etapów życia lepiej niż słowa”.

Skojarzenia wykorzystane w opisach zapachów perfum mają charakter autobiograficzny. Autorzy wpisów powołują się na mniej lub bardziej uświadamiane własne doświadczenia życiowe, związane z danym aromatem. Dowodzi tego wypowiedź jednej z blogerek:

Я уверена, что у каждого человека есть какие-то ассоциации, связанные с этими ароматными фруктами. Возьмем, к примеру, новый год. Ну конечно же один из главных символов этого волшебного праздника – мандарины. Или летний отпуск на средиземноморском побережье – это яркое солнце, соленый морской воздух, благоухающие, цветущие цитрусовые роши, в которых поспевают лимоны и апельсины. Стоит лишь вдохнуть их аромат, и непроизвольно в нашей памяти всплывают те приятные моменты, с которыми у нас они ассоциируются³⁵.

³³ V.S. Ramachandran, *Neuro nauka...*, s. 179.

³⁴ A. Stronciwilk, *Zapach nostalgii. Powrót do dzieciństwa w instalacjach Justyny Gruszczyk oraz Angeliki Markul*, „Anthropos?: Podróż do źródła” 2017, nr 26, s. 119.

³⁵ *Цитрусовый бум, какой он, фруктовый или цветочный?*, [online], https://aromo.ru/blogs/citrusovyy_bum/, [dostęp: 31.08.2020].

Podsumowanie

Wrażenia zapachowe cechują się niewielkim stopniem ujęzykowania. Język rosyjski nie dysponuje zasobem leksyki nazywającej poszczególne odczucia. Tę lukę użytkownicy próbują wypełnić, opisując doznania olfaktoryczne za pomocą określeń „zapożyczonych” od innych modalności sensorycznych. Tworząc metafory synestezyjne, zwłaszcza w ich niekonwencjonalnej odmianie, znajdują niejako analogie między doświadczeniami dotykowymi, smakowymi, słuchowymi, wzrokowymi i zapachowymi.

W przedstawionych wpisach na blogach perfumeryjnych, które przecież w dużym stopniu mają charakter reklamowy, mamy do czynienia z celowo projektowanymi efektami synestezyjnymi, które pomagają uchwycić esencję i przekazać tak, by w umyśle odbiorcy wywołać określony efekt – uczucie, nastrój, pragnienie. Pomocne okazują się w tym indywidualne wspomnienia autorów wypowiedzi, dzięki którym powstają rozbudowane scenerie metaforyczne, przybliżające złożone, multisensoryczne doznania wywołane przez dany rodzaj perfum. Zapach jest bowiem tym, co kieruje nas ku przeszłości, wydobywając z naszej pamięci dawno zatarte ślady. Konieczność kompensacji i poszukiwania najbardziej trafnych i efektywnych środków wyrazu doprowadziła więc do powstania sugestywnych i często bardzo osobistych w swym charakterze poetyckich opisów doznań towarzyszących doświadczaniu zapachu.

Na koniec warto jeszcze raz powołać się na słowa wybitnego amerykańskiego neurologa, które w dużej mierze można odnieść do sposobu funkcjonowania metafory synestezyjnej: „(...) posługiwanie się metaforami i nasza zdolność odkrywania ukrytych analogii stanowi podstawę wszelkiej twórczej myśli. Nie wiemy jednak prawie nic o tym, dlaczego metafory są tak sugestywne ani jak są reprezentowane w mózgu. Dlaczego »Julia jest słońcem« mówi nam więcej niż »Julia jest ciepłą, olśniewająco piękną kobietą«? Z uwagi na oszczędność wyrazu czy dlatego, że wzmianka o słońcu automatycznie wywołuje instynktowne uczucie ciepła i światła, nadając opisowi bardziej obrazowy i w pewnym sensie realny charakter? Być może dzięki metaforom możemy symulować w mózgu coś na kształt wirtualnej rzeczywistości”³⁶.

³⁶ V.S. Ramachandran, *Neuronauka...*, s. 126.

Bibliografia

- Boychuk I.I., *Synestezja jako klucz do poszerzonego odbioru, poznawania i twórczości w różnych dziedzinach sztuki*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 66–78.
- Bugajski M., *Jak pachnie rezeda? Lingwistyczne studium zapachów*, Wrocław 2004.
- Bugajski M., *O definiowaniu leksemów zapachowych w słownikach języka polskiego*, [w:] *Słowa i ich opis: na drogach współczesnej leksykologii*, D. Zdunkiewicz-Jedynak (red.), Warszawa 2012, s. 99–109, [online], <https://docplayer.pl/17288333-O-definiowaniu-leksemow-zapachowych-w-sloownikach-jezyka-polskiego-1.html>, [dostęp: 31.08.2020].
- Day S., *Synaesthesia and synaesthetic metaphors*, „Psyche” 1996, nr 2(32), [online], <http://www.daysyn.com/Day1996.pdf>, [dostęp: 31.08.2020].
- Kokoszka M., *Jak opisać woń rezedy?: Tuwim i zapachy*, [w:] *Reinterpretacje*, M. Tramer, A. Wójtowicz (red.), Katowice 2015, s. 105–113.
- Kuryłowicz B., *Jak purpurowy zapach róży... Metafory synestezyjne w młodopolskich tekstach poetyckich*, „Białostockie Archiwum Językowe” 2011, nr 11, s. 99–114, [online], https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/1160/1/BAJ_11_Kurylowicz.pdf, [dostęp: 31.08.2020].
- Lakoff G., Johnson M., *Metafory w naszym życiu*, Warszawa 2010.
- Marks L.E., *On colored-hearing synesthesia: Cross-modal translations of sensory dimensions*, „Psychological Bulletin” 1975, vol. 82, No 3, pp. 303–331.
- Mitrenga B., *Zmysł smaku: stadium leksykalno-semantyczne*, Katowice 2014.
- Mołodyńska-Wheeler M., *Synestezja – implikacje praktyczne w pracy muzyka i anglisty*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 157–175.
- Prandi M., *Conceptual conflicts in metaphor and figurative language*, New York – London 2017.
- Rader Ch., Tellegen A., *A Comparison of Synesthetes and Nonsynesthetes*, [w:] *Imagery*, t. II, *Concepts, Results and Applications*, E. Klinger (red.), New York 1981, pp. 153–163.
- Ramachandran V.S., *Neuronauka o podstawach człowieczeństwa. O czym mówi mózg?*, Warszawa 2012.
- Rogowska A., *U źródeł synestezji: podstawy fizjologiczne i funkcjonalne*, „Przegląd Psychologiczny” 2002, t. 45, nr 2(4), s. 465–474, [online], <https://www.kul.pl/files/714/media/4.45.2002.art.6.pdf.pdf>, [dostęp: 31.08.2020].
- Rogowska A., *Związki synestezji z muzyką*, „Muzyka” 2002, nr 1, s. 85–95.
- Rogowska A., *Synestezja*, Opole 2007.
- Simner J., Holenstein E., *Ordinal Linguistic Personification as a Variant of Synesthesia*, „Journal of Cognitive Neuroscience” 2007, nr 19(4), pp. 694–703, [online], <http://mobile.www.daysyn.com/SimnerandHolenstein2007.pdf>, [dostęp: 31.08.2020].

- Skowronek J., *Czy jesteś synestetykiem? Typologia synestezji*, [w:] *Synestezja a sztuka*, A. Rogowska, J. Kaleńska-Rodzaj (red.), Kraków 2016, s. 13–27.
- Strik Lievers F., *Synaesthetic metaphors in translation*, „*Studi e Saggi Linguistici*” 2016, nr LIV(1), pp. 43–69.
- Strik Lievers F., *Figures and the senses. Towards a definition of synaesthesia*, „*Review of Cognitive Linguistics*” 2017, nr 15(1), pp. 83–101.
- Stronciwilk A., *Zapach nostalgii. Powrót do dzieciństwa w instalacjach Justyny Gruszczyk oraz Angeliki Markul*, „*Anthropos?: Podróż do źródła*” 2017, nr 26, s. 116–127.
- Werning M., Fleischhauer J., Beseoglu H., *The Cognitive Accessibility of Synaesthetic Metaphors*, [w:] *Proceedings of the Twenty-Eighth Annual Conference of the Cognitive Science Society*, R. Sun, N. Miyake (eds.), London 2006, pp. 2365–2370.
- Witucka M., *Jak opisuje się zapachy w reklamie perfum?*, „*Poradnik Językowy*” 1998, nr 3, s. 1–8.

Materiały źródłowe

- Kineziolog. Nesti pomoshch liudiam*, [online], <http://kineziolog.su/content/opisanie-zapakhov>, [dostęp: 31.08.2020].
- Koroleva tsvetov – prekrasnaia roza 2*, [online], <https://aromo.ru/blogs/koroleva-cvetov-prekrasnaya-roza-2/>, [dostęp: 31.08.2020].
- Lavandovaia vesna v anglijskom stile*, [online], <https://aromo.ru/blogs/lavandovaya-vesna-v-anglijskom-stile/>, [dostęp: 31.08.2020].
- Tsitrusovyy bum, kakoj on, fruktovyy ili tsvetochnyj?*, [online], https://aromo.ru/blogs/citrusovyy_bum/, [dostęp: 31.08.2020].