

© 2009 г. Е.В. Папченко

НЕВЕРБАЛЬНЫЙ ЭТИКЕТ

Рассматривая роль запаха в жизни человека, необходимо отметить, что запах это не просто биологическое и психологическое явление, запах – феномен культурный, о чем нам говорит многовековая культурная традиция использования запахов в жизни и деятельности человека. Традиция использовать запах как элемент этикета не нова (достаточно вспомнить культуру Древнего Египта или Древнего Рима). Сегодня каждый из нас постоянно находится в своеобразной одорологической оболочке, которую создает при помощи парфюмерных средств, а тот или иной аромат, призван подчеркивать индивидуальность, а также используется для закрепления требуемого имиджа.

Ключевые слова: запах, одорологическая оболочка, парфюмерия, опрятность, имидж, социальные отношения

Обонятельные ощущения воздействуют на человека на физическом, психологическом и социальном уровнях. Однако в большинстве случаев мы вдыхаем окружающие ароматы, не осознавая в полной мере их значения в нашей жизни. И лишь когда по каким-то причинам у нас что-то не в порядке с обонянием, мы начинаем понимать, сколь важно восприятие запахов для психологического комфорта [1, с. 41]. Один человек, утративший обоняние в результате черепно-мозговой травмы, выразил это следующим образом: «Когда я потерял [восприимчивость к запахам], я будто ослеп. Изрядная часть вкуса к жизни ушла вместе с обонянием. Мы даже не представляем себе, насколько этот самый «вкус» состоит из запахов. Мы ощущаем запах людей, запах книг, запах города, запах весны... Быть может, мы не фиксируем эти ощущения, однако они составляют исключительно важный бессознательный фон, на котором разворачивается жизнь. Весь мой мир неожиданно потерял львиную долю прежнего богатства».

Запах может спровоцировать глубокую эмоциональную реакцию: запах, ассоциирующийся с положительными переживаниями, может вызвать прилив радости; а отвратительный запах или запах, связанный с неприятными воспоминаниями, – гримасу отвращения. Запах представляет собой важней-

ший элемент социальных отношений. Кроме того, каждый из нас постоянно находится в своеобразной одорологической ауре [2, с. 13]. Сегодня у большинства из нас день начинается с проведения гигиенических процедур, направленных на то, чтобы уменьшить естественный запах и приобрести новую «одорологическую оболочку». Несмотря на то, что в аромате нашего тела объективно нет ничего неприятного, в современном обществе принято скрывать естественный запах под ароматом парфюма.

Традиция использовать запах как элемент этикета не нова. Так, жители Древнего Египта заботились о чистоте тела, одежды, жилищ, были очень чистоплотны [3 с. 26-31, 72-74], кроме того, обязательным было посещение специалиста по умощениям и благовониям, а на прическу надевалось благоухающее конусообразное украшение, которое носили не только женщины, но и мужчины на своих нарядных париках. Древние римляне обожали духи и злоупотребляли ими, особенно в период заката империи, когда нравы стали приходить в упадок. Благовония получили широкое распространение в римском обществе, где ни один праздник не мог обойтись без них. Духи готовились из разных веществ, привозимых из Египта, Аравии и Индии, кроме них, употреблялись и растения, которые росли в самой Италии. Помимо духов, которые добывались прямо из растений, существовало еще много сложных составов благовоний. Состав их неизвестен, т.к. держался в секрете, а каждый парфюмер имел свои особые составы. Комнаты и постели опрыскивались духами, ванны надушивались. Воздух в театре перед представлениями освежался благоуханиями из шафрана, корицы. Даже в вина клались духи, правда, в самые ценные. Духи подливали в светильное масло и лили в костры, на которых сжигались покойники. Марциал писал, что «изящным человеком называется тот, кто красиво причесывается, пахнет лучшими духами».

В средние века, под влиянием достаточно ригористичной христианской морали, в Европе заметно снизилось использование ароматов, однако крестоносцы, покоренные восточными ароматами, вновь ввели в Европе в обиход благовония для тела. В моду входит новый сосуд – помандер – для мускуса, амбры, смол и парфюмированных масел в форме металлического шара с ажурно украшенными отверстиями, позволявшими распространяться запаху [4, с. 16]. И уже мужское население Телемской обители считало необходимым надушиться перед тем, как оказаться в женском обществе, полагая, что

тем самым они преобразуют свое тело: «Перед залами женской половины находились помещения для парфюмеров и цирюльников, через руки которых должны были пройти мужчины, когда они посещали дам» [5, с. 519-557]. Широкое распространение запахов привело к тому, что галантерейные мастерские стали пропитывать кожу ароматическими веществами, после чего из нее делали пояса, перчатки, кошельки и всякого рода аксессуары.

В эпоху Возрождения, благодаря географическим открытиям, европейцы узнали о новых ароматических веществах. В Италии употребление парфюмерии вышло за рамки умеренности и распространилось на все, что только составляет окружение человека: проведение карнавалов обязательно сопровождалось благоуханием воскурений [6, с. 292], на празднествах использовали духи и благовония даже для натирания мулов, кроме того, даже деньги благоухали духами [6, с. 56]. Начиная с эпохи Возрождения, в учебниках хороших манер даются детальные описания благородного поведения во всех его бытовых подробностях: берутся ситуации конкретные, обыденные, общественные или частные, и рассматриваются с точки зрения приличий. В этих текстах часто упоминается и телесная опрятность, которая понимается как некий знак отличия, как проявление благовоспитанности. В XVII в. преобладали сильные ароматы, поскольку отсутствие гигиены не способствовало распространению чего-либо менее резкого. Букет ароматов наполнял Людовика XIV, «самого благоухающего короля в мире»: духами заливали все – подушки, веера, бумагу, парики, т.к. каждый уважающий себя человек должен был иметь свой особый аромат, отличавший его от других. «Аромат создавал в некотором роде гало (ореол), окружавший человека, представлявший его и поднимавший в глазах окружающих, он расширял сферу влияния и придавал ему вес» [7]. Волосы покрываются пудрой, с помощью которой можно обойтись без мытья волос, пудра имела длительный успех при дворе Генриха III, благодаря приятному запаху она стала не столько чистящим, сколько косметическим средством для волос [5, с. 519-557], ее используют в качестве духов и воспринимать ее нужно не только зрением, но и обонянием:

Дама никогда не заслужит одобрения,

Если ее голова не покрыта душистой пудрой.

Пудрой пересыпают содержимое сундуков, чтобы за бельем закрепился ее запах, что иногда позволяет менять рубашку не ежедневно: «Бельевые коробки делаются как небольшие сундучки такого размера, что в них может по-

меститься двухдневный запас тонкого белья, потребный благородному человеку. Внутри и снаружи их обкладывают теми же душистыми материалами и материями, что и коробки для париков [...]». К этому ряду относится и коричневая вода, которую следует «держать во рту», чтобы придать дыханию «приятный запах»; и курильницы, медленно источающие благовония; и саше, упрятанные в подмышечные или подколенные впадины, скрытые в складках платья или под камзолом.

Эпоха Просвещения во Франции являлась не только веком философов, революций, но и веком парфюмерии. В моду вошли «кипрские птички», сделанные из ароматической пасты и подвешенные к потолку; а также благоухающие перчатки, накидки, саше. Проходят десятилетия, и обонятельная эстетика банализируется [8, с. 407]. Дешевизна ароматного мыла, поточная продукция одеколонов, повсеместное распространение галантерейных лавок, торгующих парфюмерными товарами, – все это сделало парфюмерию общедоступной. Еще до того, как туалетное мыло вошло в широкое употребление, всеобщий спрос на подешевевший одеколон свидетельствовал о том, что даже самые бедные слои общества объявили войну дурным запахам, исходящим от человеческого тела.

В современном городе «правила запахов» стали достаточно жесткими. Именно в мегаполисе ежедневно пересекаются пути представителей различных классов и социальных слоев. Каждый из нас, осознанно или неосознанно, ежедневно придает себе определенный вид, соответствующий роду занятий, профессии, а также личностным особенностям. Утром каждый из нас «надевает» привычную маску из запахов мыла, шампуня, дезодоранта и пр. Даже декоративная косметика вносит еще одну ноту в сложную совокупность индивидуального аромата. В течение дня к этой «оболочке» добавляется запах сигарет, кофе, пищи, а также определенные компоненты, связанные с профессиональной деятельностью. Правдивую информацию о человеке может дать только его естественный запах. Но в целях полноценной социальной адаптации мы вынуждены как бы отказываться от него, скрывать его точно так же, как скрываем под одеждой свое тело.

Ароматов великое множество – на все случаи жизни. Например, для мужчин современная индустрия парфюмерии предоставляет широчайший выбор. Существуют «деловые» духи, придающие мужчине собранность и выдержку

[3, с. 391-403.]. Есть парфюмерия «для общественного транспорта», которая создает вокруг человека защитную оболочку, плотный «кокон» аромата, способного изменить внутреннее состояние даже тех, кто стоит рядом, уменьшить их агрессивность. Спортивный парфюмерный стиль подчеркивает чистоплотность. Аристократический стиль предназначается для человека строгого вкуса, такой аромат должен быть спокойным, как интерьер старинного дома, каждый предмет которого живая история, такой аромат не стареет, как добротная вещь, и никогда не выходит из моды, как ювелирные изделия тонкой работы. Демократический стиль предназначается для мужчин с легким, веселым и романтичным характером. Современный выбор парфюмерных изделий позволяет подобрать аромат, который подойдет к внешности, подчеркнет индивидуальность, поможет создать и закрепить требуемый имидж [9, с. 24-26].

Литература

1. *Классен К., Хоувз Д., Синнот Э.* Значение и власть запаха // Ароматы и запахи в культуре. Книга 1. М., 2003.
2. *Дубровская С.В.* Язык запахов. Секреты нашего обоняния. М., 2007.
3. *Этикет от А до Я / Авт.-сост. Гусев И.Е.* Мн., 2004.
4. *Парфюмерия / Ред.-сост. Л.Богданова.* М., 2000.
5. *Вигарелло Ж.* Чистое и грязное: телесная гигиена со времен средневековья // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 1. М., 2003.
6. *Буркхардт Я.* Культура Италии в эпоху Возрождения. М., 2001.
7. Чистота во времена Людовика XIV // История. 1985. № 78.
8. *Корбен А.* Миазмы и нарцисс // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 1. М., 2003.
9. *Кановская М.Б.* Этикет. М., СПб., 2005.

Технологический институт

Южного федерального университета

16 января 2009 г.