

**ЧУВСТВЕННОСТЬ И СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА:
АСПЕКТЫ ВЗАИМОСВЯЗИ**

Е.В. Папченко

Современный человек зачастую не осознает роли чувственности (цветовое зрение, обоняние, звук и пр.) в его жизни, тем не менее, обращаясь к истории культуры, мы видим, что уже на заре развития человеческого общества цвет, запах, звук являются неотъемлемой частью жизни человека. При рассмотрении аспектов взаимовлияния чувственности и современной культуры уделяется внимание социальной коммуникации, рекламной сфере, мультимедийной культуре.

Ключевые слова: чувственность, цветовое зрение, обоняние, слух, культура, реклама, бренд, мультимедиа.

E.V. Papchenko

Sensitivity and modern culture: aspects of interaction

Modern man often does not understand the role of sensitivity (colour sight, smell, sound etc.) in his life, though appealing to the history of culture we can see that at the beginning of society development colour, smell, sound are the inseparable parts of human life. When considering the aspects of sensitivity and modern culture interaction it is paid attention to social communication, advertising sphere, mass media culture.

Key words: sensitivity, colour sight, smell, hearing, culture, advertising, brand, mass media.

Литература

1. Дроботун А.В. Лексика обоняния в языке художественной прозы М.А. Шолохова / Дис. канд. филол. наук. М., 2006.
2. Костяев А.И. Ароматы и запахи в истории культуры: знаки и символы. М., 2007.
3. Бердяев Н.А. Самопознание. М., 1990.
4. Мошкин М.П., Герлинская Л.А., Нагатоми Р. Запах, который не лжет // Российская наука: МЕЧТА СВЕТЛА: Сборник научно-популярных статей. М., 2006.
5. Яраева В. Путь к сердцу проходит через нос // Будь здоров. 2005. № 12.
6. Зинкевич Э.П. Запах и жизнь // Химия и жизнь. 2006. № 3.
7. Никитина М.В. Роман «Парфюмер. История одного убийцы» в контексте творчества Патрика Зюскинда / Дис. канд. филол. наук. Тамбов, 2006.
8. Герасимова О.А. Социально-психологические характеристики ольфакторной самопрезентации Личности / Дис. канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2003.
9. Зюскинд П. Парфюмер. СПб., 1999.
10. Риндисбахер Д. Ханс От запаха к слову: Моделирование значений в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер» // Ароматы и запахи в культуре. Книга 2 / Сост. О.Б. Вайнштейн. М., 2003.
11. Почепцов Г.Г. Семиотика. М., 2009.
12. Запесоцкий Ю.А. Имидж и бренд: инструменты творения «нового человека»? // Человек. 2009. № 6.
13. Линдстром М. Чувство бренда. Роль пяти органов чувств в создании выдающихся брендов. М., 2006.
14. Гэймон Д., Брэгдон А. Игры, в которые играет мозг. М., 2005.
15. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: Как человек видит и понимает мир. М., 2009.
16. Купер М., Мэтьюз А. Язык цвета. Как использовать преимущества своего цвета для успеха в личной жизни и бизнесе. М., 2001.
17. Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: Учебное пособие. М., 2009.
18. Колесникова Т.И. Генезис концепта «цвет» в древнерусской и англосаксонской лингвокультурах / Автореф. дис. канд. филол. наук. Тюмень, 2009.
19. Прохоров А. Запах, форма, вкус и цвет через Интернет // КомпьютерПресс. 2001. № 3.