
ARTYKUŁY

ANNA PRUS

ORCID: 0009-0004-9907-3951

Gdański Uniwersytet Medyczny

Uniwersytet Gdański

e-mail: annaprus@gumed.edu.pl

Neuroestetyka zapachu: o wyzwaniach i ograniczeniach sztuki olfaktorycznej

Słowa kluczowe: zapachy, sztuka olfaktoryczna, neuroestetyka, filozofia sztuki, neurofizjologia

Keywords: scents, olfactory art, neuroaesthetics, philosophy of art, neurophysiology

The Neuroaesthetics of Smell: Challenges and Limitations of Olfactory Art

Abstract

The article analyzes philosophical problems related to olfactory art, which, despite the historical marginalization of this sense as “lower,” “dark,” or “animalistic,” is increasingly asserting its presence in aesthetic discourse. The transience and ephemerality of scents pose both perceptual and conservation challenges, raising questions about the possibility of their aesthetic conceptualization and the inherent limitations of olfactory art. The text emphasizes the need to redefine analytical categories in the field of aesthetics, highlighting methodological, ontological, and epistemological difficulties arising from the lack of a clear semantic code for such works and the variability of scent perception depending on biological conditions, cultural context, and individual experiences of the recipient. Since the aesthetic experience related to the sense of smell is often perceived as requiring specific predispositions or prior training, the author suggests considering olfactory art analogously to music – as an ephemeral medium that nevertheless carries intentional content.

Wprowadzenie

W niniejszym artykule wskazuję podstawowe problemy filozoficzne w estetyce zapachów oraz ograniczenia sztuki olfaktorycznej, które mogą skazywać ją na bycie w niszy. Nie ulega wątpliwości, że zapachy są w swojej naturze ulotne i efemeryczne, a ich odbiór bywa często bardzo zróżnicowany i zależny od indywidualnych możliwości percepcyjnych. Węch przez wieki uchodził za zmysł „niższy” (nazywany też „ciemnym” lub „zwierzęcym”) i wydaje się, że mimo ogromnej liczby powstających współcześnie dzieł zapachowych, wciąż sztuka z nim związana nie zajęła mocnej pozycji w akademickiej filozofii sztuki. Problematyka sztuki olfaktorycznej wciąż pozostaje niedostatecznie ustrukturyzowana, jako że zapachy trudno poddać klasycznym metodom analizy estetycznej. Z tego też względu wydaje się, że powinniśmy mówić o wyraźnej potrzebie redefinicji epistemologicznych i semiotycznych ram opisu doświadczenia olfaktorycznego, uwzględniających zarówno jego afektywno-percepcyjne uwarunkowania, jak i kulturowo-społeczne mechanizmy konceptualizacji.

Myślenie o sztuce olfaktorycznej wymaga od nas z pewnością otwartości czy też, jak sugeruje Maria Gołaszewska, odpowiedniego „nastawienia estetycznego”¹, ponieważ tylko tak można w jej przekonaniu uznać doświadczenie olfaktoryczne jako również estetyczne. Ja natomiast będę je tutaj rozumieć jako specyficzną formę zaangażowanego poznania zmysłowego, w której percepcja zapachu nie jest jedynie biologicznym procesem, lecz również nośnikiem znaczeń, emocji i wartości.

Za marginalizację sztuki olfaktorycznej można by winić choćby okulo-centryzm (zob. Jay, 1993, s. 3), niemniej warta uwagi wydaje się również perspektywa lingwistyczna, która podporządkowuje sztukę zapachową tradycyjnym kategoriom analitycznym, badając tym samym językowe mechanizmy opisu doznań węchowych, takie jak metafory synestezyjne stosowane w perfumerii, struktury semantyczne czasowników percepcji węchowej czy relacje między nazwami zapachów a ich odbiorem sensorycznym.

¹ M. Gołaszewska w *Estetyce i antyestetyce* (zob. Gołaszewska, 1984, s. 153) pisze, że estetyzacja to tylko jedno z możliwych odniesień do sztuki, lecz to, co w kontekście zapachów jest tu szczególnie istotne, to zwrócenie przez nią uwagi na dopuszczanie subiektywizmu czy jednostkowości w odbiorze dzieła sztuki.

Dość trafne wydaje się umieszczenie sztuki zapachu w tym samym porządku estetycznym, co muzyki. Choć ma to swoje wady, w pewien sposób pozwala usystematyzować tę pierwszą. Zarówno sztuka zapachu, jak i muzyka opierają się na czasowości i ulotności percepcji, wymagając zanurzenia się w procesie odbioru, a ich systematyzacja może często polegać na przywoływaniu kategorii jakościowych i stosowaniu skal. Takie podejście pojawiało się już m.in. w badaniach nad przetwarzaniem wielozmysłowym i w kontekście zależności między muzyką a zapachem warto przytoczyć choćby „The Music of Perfume: Crossmodal Correspondences Between Music and Smell” (Mesz, Gorla, Zarzo, 2023) czy próby tworzenia „oktawy zapachów” przez Septimusa Piesse’a („Musical Scents: On the Surprising Absence of Scented Musical/Auditory Events, Entertainments, and Experiences” [Spence, 2021]). W tekście jednak chciałabym skupić się na braku precyzyjnej nomenklatury zapachowej stojącym w kontrze do muzyki mającej ustalone systemy klasyfikacyjne oraz kulturowej analogii procesu twórczego zauważalnej w terminologii perfumeryjnej.

Jak pisze Błażej Skrzypulec (2018), we współczesnych dyskusjach na temat ludzkiej percepcji węchowej wydaje się toczyć ontologiczny spór między przekonaniem, że zapachy są reprezentowane jako cechy a poglądem, że są one postrzegane jako obiekty. Pachnieć może nam świeżo skoszona trawa, benzyna czy chleb; za kryterium, które pozwala nam ulokować sztukę olfaktoryczną na płaszczyźnie artystycznej, możemy uznać intencjonalność, ponieważ dopiero dzieło świadomie i celowo wykorzystujące zapach pozwala nie traktować go jako waloru drugorzędного jedynie urealnającego ludzką twórczość. Kluczowe staje się więc pytanie, czy zapach jako taki może być nośnikiem intencjonalnej treści i w jaki sposób jego efemeryczna natura wpływa na status ontologiczny dzieła. Warto tu jednak odróżnić intencjonalność dzieła od intencjonalności aktu odbioru i podążając za Romanem Ingardenem, dzieło sztuki można by tu rozumieć jako byt intencjonalny – nie istnieje ono bowiem samoistnie jak rzecz materialna, lecz zakotwicza się w strukturze, którą autor konstytuuje i którą odbiorca współkonstytuuje w akcie percepcji (Ingarden, 1988). Za kryterium, które moglibyśmy uznać za wystarczające, by mówić o „dziele zapachu”, byłoby zatem to, że zapach zostaje celowo skomponowany z myślą o byciu przeżytym jako doświadczenie estetyczne – a więc wykracza poza czysto funkcjonalne czy przypadkowe wonie. Tworzy to strukturę podwójnej intencjonalności (dzieło–odbiorca), pozwalając na przeżycie i nadanie zapachowi sensu estetycznego.

Problemy filozoficzne w estetyce zapachów zdają się mieć oczywiście nie tylko charakter ontologiczny, lecz także metodologiczny, epistemologiczny, społeczno-kulturowy oraz ściśle związany z naszą cielesnością i jednostkowymi możliwościami percepcyjnymi. Chciałabym zatem, aby artykuł mimo krytycznej analizy zachował charakter deskryptywny, ponieważ pozwoli to na bardziej wyraziste przedstawienie problematyki estetyki tego rodzaju.

Trudności w klasyfikowaniu sztuki olfaktorycznej

Nakreślając najpierw nieco stronniczy kontekst kulturowy pojmowania zapachów, warto wspomnieć o Constance Classen, Davidzie Howesie i Anthonym Synnottcie, którzy uważali, że badanie kulturowej historii zapachu stanowi esencję ludzkiej kultury (Classen, Howes, Synnott, 1994, s. 3); niedalecy od tego byli także Eugene Rimmel, który twierdził, że historia perfum jest na pewien sposób historią cywilizacji (Stamelman, 2006, s. 11), czy jeden z prekursorów kulturowych rozważań o węchu – Alain Corbin, utrzymujący, że historia perfum jest równie pouczająca, co historia węgla (Corbin, 1996, s. 195). To właśnie jego książkę, *Le miasma et le jonquille*, podaje się za jedną z dwóch kluczowych publikacji (obok *Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders* Patricka Süskinda), która miała być „przełomowym momentem dla zapachu” (Drobnick, 2006, s. 3); rzeczywiście, książki te dały podпитę dla licznych badań nie tylko w zakresie nauk humanistycznych i społecznych, lecz także ścisłych; zwróćmy jednak uwagę, że mówi się tutaj dopiero o latach 80., które byłyby punktem wyjściowym dla pewnej zmiany sposobu o nich myślenia.

Historycznie najczęściej wspomina się Galena, który uznawał węch za zmysł „wyższy”, argumentując, że bezpośrednie połączenie nozdrzy z mózgiem świadczy o jego szczególnym znaczeniu (Mulry, 2017, s. 279). Tendencją dominującą pozostaje natomiast mówienie o węchu jako zmyśle, który filozofia miałaby „oczerniać”, co wskazuje m.in. Greehy (2021, s. 46). W teologii moralności istniał wyraźny związek między nieprzyjemnymi zapachami a złem, co szeroko rozpowszechniło się w literaturze religijnej (Woolgar, 2006, s. 121), przez co bywały one subtelnie klasyfikowane w kategoriach etycznych. Na przestrzeni wieków niektórzy filozofowie (jak np. św. Tomasz czy Santayana) całkowicie odrzucały myślenie o pięknie jako kategorii możliwej do przyjęcia przy smakach i zapachach

(Shiner, Kriskovets, 2007), a źródłem piękna pozostaną dla nich wrażenia wzrokowe.

Nobilitacja zmysłu wzroku (a w drugiej kolejności słuchu) jest w historii filozofii czymś oczywistym; jak podaje Synnott, Arystoteles jako pierwszy dokonał hierarchizacji zmysłów, uznając wyższość wzroku i słuchu, doceniając przy tym ich szczególny wkład w percepcję piękna i muzyki, węch natomiast miał pozostawać zmysłem niższym (1991, s. 439–440). Classen i Howes pisali, że upadkowi węchu towarzyszył wzrost znaczenia wzroku, sądząc za Michele Foucaultem i Walterem Ongiem, że od czasów oświecenia stale wzrastała wartość przypisywana wzrokowi i obrazom (Low, 2009, s. 7). Howes podaje, że zmysły wzroku i słuchu w kulturze europejskiej co do zasady były kojarzone z „ucywilizowanym zachowaniem” i „aktywnością intelektualną” (2003, s. 4–5), podczas gdy węch, według Classena, reprezentowały cechy takie jak dzikość czy szaleństwo (Classen, 1994, s. 4).

Badania nad percepcją multisensoryczną, w tym prace Carolyn Korsmeyer, wskazują jednak, że węch odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu doświadczeń estetycznych (Korsmeyer, 1999), co jest szczególnie zajmujące w kontekście fenomenologii ucieleśnionego poznania. Tak jak wzrok czy słuch pozwalają na zachowanie dystansu wobec przedmiotu percepcji, przynajmniej w sposób fizyczny, tak węch wręcz „pochłania” swojego odbiorcę. W tym sensie doświadczenie olfaktoryczne przypomina to, co Maurice Merleau-Ponty (2001) określał jako „percepcję ucieleśnioną”, w której podmiot nie jest biernym obserwatorem, lecz zawsze już osadzony w świecie poprzez swoje ciało i jego zmysłowe relacje z otoczeniem. Brak jednoznacznych ram do klasyfikowania zapachów wzbudza jednak wątpliwości co do bycia przez nie „pełnoprawnym” medium sztuki.

Mimo niewidzialności zapachów umiemy uczynić je naszym centralnym punktem percepcyjnym – podobnie jak czynimy to w przypadku muzyki. Obu tym formom ekspresji, mimo braku materialnej formy, udaje się oddziaływać na nasze zmysły i emocje. Doskonale pokazuje to *Olfactiano* autorstwa Petera de Cuperego – Belga, który to jest jednym z najbardziej znanych współcześnie artystów tworzących sztukę zapachową. Jego pianino, na którym można „zagrać” 27 zapachów, tworzy utwory z różnych ich mieszanin. Zapachowe koncerty de Cuperego trwają zazwyczaj 7–15 minut, tak, by zapach zdążył wypełnić całe pomieszczenie, jednak wcześniej artysta musi dokładnie sprawdzić wymiary pokoju, jego temperaturę czy wilgotność.

Zauważmy, że zapach, nawet jeśli rozprzestrzeniony w powietrzu, musi mieć ścisły związek z przestrzenią, ale to nie ona go definiuje – tak jak i oświetlenie dla odwiedzających galerię sztuki. To, co jednak odróżnia tu zapach od tradycyjnych mediów artystycznych, to jego zdolność do przemieszczania się poza wyznaczone granice ekspozycji. Struktura zapachu nie daje się sprowadzić do ustalonych relacji przestrzennych, bo te wytwarzają się dopiero w toku interakcji olfaktorycznego dzieła z odbiorcą.

Myśląc o strukturze zapachów, pojawiają się obawy, czy ich właściwości fizyczno-chemiczne mogą w ogóle stanowić podstawę do budowy wartości estetycznej i czy mogą funkcjonować jako „reprezentacja” w sztuce, tudzież czy mogą stanowić „znaki” wyrażające określoną treść artystyczną. Nawet, jeśliby przyjąć za Władysławem Witwickim (1933, s. 76), że wydaje się, że dobrze namalowane róże pachną i nie jest to obojętne dla wartości obrazu albo uznać je za urealnijające tło, to wciąż nie wykluczałoby to możliwości stanowienia przez nie sztuki będącej punktem osiowym dla innych zmysłów. Zarysowujące się tu problemy ontologiczne obejmują przede wszystkim pytania o możliwość pełnienia przez zapachy funkcji dzieł sztuki i ich status (np. czy są to podmioty właściwości, całości mereologiczne czy byty, które utrzymują się w sposób charakterystyczny dla obiektów [Skrzypulec, 2018]).

Sztuka zapachu jako doświadczenie cielesne

Z perspektywy fenomenologicznej można by twierdzić, powtarzając za Hiroshim Yagamata, że to węch jest zmysłem, który sprzyja naszemu wcielaniu się w przedmioty i jednoczeniu z nimi (Yagamata, 1992). Faktycznie, w przypadku sztuki olfaktorycznej, musi im towarzyszyć techniczna struktura, która wspierałaby dzieło i choć nie jest oczywiście jego centralnym elementem artystycznym, bywa oceniana jako konceptualna niekonsekwencja. Dopiero odpowiednie nastawienie estetyczne pozwala odbiorcy skupić się w pełni na zapachu jako przedmiocie sztuki i docenić jego subtelność. Sztuka olfaktoryczna powraca do klasycznego, etymologicznego pojęcia estetyki, w której to granice między dziełem a percepcją zacierają się, a odbiorca staje się integralnym elementem samego wydarzenia estetycznego. Bardzo trafnie ten moment zespolenia i zmysłowość oddaje Georg Simmel, który pisze:

Wąchając jakiś zapach, wchłaniamy to wrażenie czy też emanację tak głęboko do wewnątrz, w witalnym procesie oddychania asymilujemy go poniekąd tak ściśle, jak to nie jest możliwe wobec przedmiotu innych wrażeń zmysłowych. Gdy czujemy czyjś zapach, jest to najbardziej intymny rodzaj percepcji, ten ktoś wnika niejako w postaci wyziewu do rdzenia naszej zmysłowej istoty (...).

(Simmel, 2006, s. 202)

Mimo że podejście Simmela jest oczywiście uformowane na gruncie socjologicznym, wyraźnie wskazuje, że jest to sztuka, od której nie można się zdystansować, aby ją poznać, wymagająca wręcz pewnego rodzaju asymilacji z otoczeniem. Percepcja staje się zatem wyraźnie względna i podparta somatycznością i choć nie można tego podważyć, nie powinno się czynić z tego zarzutu. Simmelowska intuicja koresponduje z fenomenologiczną koncepcją ucieleśnionego poznania, w której odbiorca nie tylko doświadcza dzieła, ale dosłownie wchłania je, co czyni percepcję zapachu wydarzeniem nieodłącznym od podmiotowego przeżycia. To postrzeganie sztuki od wewnątrz.

Kiedy tylko zarzutem dla sztuki olfaktorycznej staje się rzekoma redukcja do doznania somatycznego pozbawionego warstwy kontekstualnej, cisną się na usta słowa Arnolda Berleanta, który twierdził, że w rzeczywistości nie da się odróżnić ciała i umysłu, a doświadczenie estetyczne w swojej najpełniejszej i najbogatszej formie jest sensorycznym doświadczeniem całej osoby (Berleant, 2007, s. 109). Wydaje się, że tę holistyczność należałoby w przypadku zapachów przyjąć. Być może pozostaje nam cieszyć się, że przez związek z cielesnością woń staje się dla nas „zbyt subiektywna”, bo pozwala nam ona skoncentrować się na sferze odczuć, od której to w tym dyskursie niektórzy chcieliby uciec.

Wydaje się, że właśnie to zauważał Berleant, pisząc, że „sztuka to nie własność przedmiotów, ale że rodzi się ona z percepcji ludzi wchodzących w interakcje z przedmiotami i zdarzeniami” (Berleant, 2007, s. 45–46), dochodząc do wniosku, że odbiorca współtworzy dzieła, z którymi ma styczność (oddając tym samym założenia estetyki zaangażowania). Jeśli tak jest, olfaktoryczne doświadczenie estetyczne nie powinno być sprawdzane jedynie do fizycznej percepcji woni, ale również analizowane jako dynamiczna relacja pomiędzy artystą, medium zapachowym a odbiorcą, w której znaczenie konstryuuje się w procesie percepcji. W tym ujęciu można dostrzec potencjał sztuki olfaktorycznej do podważenia tradycyjnych

kategorii estetycznych, takich jak piękno czy forma, i zastąpienia ich pojęciami immersji, intymności oraz procesualności odbioru. W sztuce zapachowej brak nam powszechnie przyjętych konwencji, a dzieła nie mają swoich stałych, fizycznych form.

Należy się zgodzić, że zmysł węchu często „zawiesza się” podczas wspomnianego aktu przedstawiania, ale same wystawy mają często również dodatkowe oznaczenia albo nawet instrukcje, aby odbiorca mógł zrozumieć koncept. Przykładowo w instalacji „7S” Nobi Shioya, mając świadomość „osamotnienia” węchu w kulturze, stawia sobie za cel edukację odbiorcy i pośrednio tłumaczy stosowane zabiegi, w tym ten, by każde „s”, które jest u niego „grzechem” (ang. *sin*), miało swój zapachowy odpowiednik i stanowiło spójną konceptualnie formę (zob. Shiner, Kriskovets, 2007). Docieramy tu do świadomej ingerencji autora w odbiór proponowanych przez niego zapachów, które wykorzystuje już nie tylko jako medium, lecz także element znaczeniowy, ukierunkowujący interakcję z dziełem. Shioya pokazuje, że percepcję zapachu można modelować, nadając mu określony sens w ramach całościowego doświadczenia artystycznego. Możemy wnioskować, że rola intencji artysty w kształtowaniu percepcji estetycznej jest kluczowa.

Takich opisów nie powinniśmy też traktować jako przejawów nieporadności sztuki olfaktorycznej, bo stają się one ważnym przyczynkiem do wciąż otwartej dyskusji, w której nawet jeśli uważamy, że zapachy są tworzone w sposób artystyczny, wątpimy, czy możemy uznać je za sztukę lub czy zamiast sztuką nie są po prostu jej częścią. Tłumaczenie zabiegów na wystawach nie zawsze musi być też tożsame z trudnością ich pojmowania, może również wskazywać potrzebę uzupełnienia naszej wiedzy wstępnej – niezbędnej do rozumienia sztuki zapachu. Tak jak, upraszczając, aby osiągnąć pewną biegłość pod kątem technicznym, na obrazy trzeba nauczyć się patrzeć, a z muzyką osłuchać, tak tutaj przyznajmy uczciwie, że najczęściej nie uczymy się uwrażliwiania na bodziec zapachowy. Paradoksalnie nie przeczy to opisywanej intymności zapachów i temu, że ich oddziaływanie jest głęboko zakorzenione w naszej indywidualnej historii i tożsamości. Z perspektywy fizjologicznej odgrywają wręcz kluczową rolę w procesach poznawczych i emocjonalnych, wpływając na nasze reakcje często na poziomie nieuświadomionym. Nosa w tej kwestii pozwolę sobie zadrzeć poniżej.

Neuroestetyczne i fizjologiczne ujęcie zapachu

Ta część analizy chciałabym, aby przybrała charakter nie tyle argumentacyjny, co ilustracyjny – z uwagi na to, że zapachy bardzo silnie oddziałują na naszą psychikę i zachowanie, co sprawia, że ocena dzieła sztuki może być niejako skazana na odpowiednie wystymulowanie chemiczne. W perspektywie neuropsychologicznej należy zauważyć, że emocje u ludzi często wywoływane są właśnie przez zapachy, co częściowo związane jest z powiązaniem układu węchowego z limbicznym (Lindstrom, 2005), ale jednocześnie przybliża nas do perspektywy pewnego kaprysu, jeśli myślelibyśmy o jakichkolwiek ustaleniach na płaszczyźnie teoretycznej czy aksjologicznej zapachów. Skoro zapachy mają tak silny wpływ na nasze ciało, powodując reakcje również niepożądane, takie jak odruchy wymiotne czy mimowolne gesty, powinniśmy spytać, czy – albo jak – sztuka olfaktoryczna może wykorzystać te reakcje w sposób kontrolowany – tak, aby wprowadzić głębszą refleksję nad ciałem i zmysłowością. Nasze reakcje na zapachy nie dadzą się przewidzieć, dopóki nie poczujemy ich przez własne nozdrza, a to stawia pytanie o granice oddziaływania zapachów na emocje w kontekście sztuki.

Warto zwrócić uwagę, że nadrodzina receptorowych genów węchowych jest największą w ludzkim genomie, obejmując tym samym aż 18 rodzin i 301 podrodzin (Sharma i in., 2019). Układ węchowy ma bezpośrednie połączenie z podwzgórzem, które to, pośrednicząc w interakcjach między układem limbicznym a wegetatywnym, wydziela neurohormony pełniące istotne funkcje w naszych reakcjach emocjonalnych i regulujące nasze instynkty i zachowania społeczne (angażując tym samym układ nagrody). Nie jest więc tajemnicą, że bodźce węchowe wpływają na ocenę wizualną obrazów czy zdjęć, ale tym, co może nas zatrzymać na dłużej jest fakt, że nieprzyjemne obrazy w połączeniu z nieprzyjemnymi zapachami wywołują silniejszą reakcję niż nieprzyjemne obrazy z przyjemnymi zapachami (Banks, Ng, Jones-Gotman, 2012).

Biorąc pod uwagę fizjologiczną zdolność do adaptacji i habituację węchu oraz jego zmienność osobniczą, trudno jest oczywiście wysnuwać w przypadku tego typu analiz jednoznaczne wnioski. Z wiekiem zmysł węchu ulega osłabieniu, zdarza się, że ludzie doświadczają zapachowych iluzji, anosmii (nie mogą poczuć zapachów) lub anosmii adaptacyjnej („przyzwyczajają się” do zapachu, co uniemożliwia im dalsze jego odczuwanie). Z tego względu ponownie powracamy do pytań, jak zapachy porównywać,

czy – i ewentualnie jakie – możemy przyjąć kryteria ich oceny, czym się sugerować przy próbach klasyfikacji oraz jak poddawać je krytyce. Nie przeczy to możliwości docenienia umiejętnie skomponowanego zapachu, zwróćmy jednak uwagę, że nie każdy będzie go zdolny poczuć.

Zauważmy, że performatywna symulacja zapachów różnych miast („Smellscapes”, zob. *Collectors Agenda*, b.d.) przedstawiana przez Sissel Tolaas kończy się w chwili wydechu. Trzeba przyznać, że próba opisanie przez woń konkretnych miast, takich jak Berlin czy Paryż, jest bardzo ciekawa conceptualnie, ale nie potrafi ona zastąpić doświadczenia audio-wizualnego; tutaj „nuty” nie są osadzone na pięciolinii, tak, by potem móc do nich wrócić (niemniej obróćcy odpowiedzieliby, że i nie to jest jej celem). Dane miasto jako zapach rozpoznamy najprawdopodobniej tylko wtedy, jeśli zostaniemy ukierunkowani, że to właśnie ono. Miejmy na uwadze, że ten sam zapach może wpływać na tę samą osobę w różny sposób w zależności od czasu, co zdaje się zdecydowanie bardziej zróżnicowaną perspektywą percepcyjną w porównaniu do pozostałych zmysłów.

Ciekawą linię argumentacyjną przytoczył znany perfumiarz, Edmund Roudnitska, który twierdził, że nie tworzy swoich perfum nosem, tylko umysłem, i nawet gdyby stracił zmysł powonienia, to wciąż mógłby je komponować (Roudnitska, 1977, s. 70). Strukturyzacja i projektowanie są bez wątpienia bardzo ważne, ale perspektywa artysty przekracza sam akt tworzenia. Gdzieś w tle nasuwa się przez to pytanie o to, czy artysta może wyrazić się poprzez zapach albo czy nie byłoby to swoiste wyśmianie neuroanatomii. Na poziomie kory mózgowej zapachy są kodowane syntetycznie, jako całościowe obiekty, i jako ludzie nie potrafimy rozpoznawać ich składników, jeśli jest ich więcej niż dwa (Mania, Szymusiak, 2012). Jednakże nawet tutaj zarysowuje się tendencja do eliminowania przyjemności fizycznej z doświadczenia estetycznego, jakbyśmy uznawali, że przyjemność fizyczna nie dorównuje procesom myślowym.

Możemy skazywać nasze nosy na relatywność, gdy bodziec musi zostać powtórzony lub zintensyfikowany z uwagi na naszą zdolność do adaptacji węchu lub niewystarczającą wrażliwość, jednakże lekceważąc dzieła zapachowe przez ich ulotność, pomijamy zupełnie perspektywę aktywnego doświadczenia estetycznego, zaciemniając koncept emocjonalnego zaangażowania w dzieło sztuki. Nie jest to wewnętrznie sprzeczne, te perspektywy są wręcz sobie bieżne, ale tak jak zapachy są silnie związane z indywidualnymi doświadczeniami i wspomnieniami, kiedy to powraca fantazmat

fenomenologicznej bliskości i poznania zapachu-w-przedmiocie w sposób cielesny, należałoby jednocześnie wskazywać na zależności kulturowe i lokalizacyjne (przy tym trudności w zachowaniu spójności zapachu). Podmiot nigdy nie będzie neutralnym odbiorcą, lecz zawsze osadzony będzie w swojej cielesności i pozostanie zależny od uwarunkowań społecznych. Wybrane problemy epistemologiczne obejmują tu więc m.in. pytania dotyczące możliwości istnienia i ewentualnych granic obiektywnej oceny sztuki olfaktorycznej czy pytania o stałe cechy estetyczne zapachów.

Samo przeżycie estetyczne w sztuce zapachu ma związek z rozwojem neuroanatomicznym, płcią, wiekiem, pobudzeniem emocjonalnym czy przyjmowanymi lekami, jednak wiedza neurobiologiczna pozwala nam namierzyć tutaj kilka punktów wspólnych. Możemy stwierdzić, że zapach zostanie nie tylko szybciej wykryty, lecz także dokładniej zidentyfikowany, jeśli będzie mu towarzyszyć semantycznie spójny obraz lub kolor – tj. przykładowo zapach cytryny zostanie łatwiej rozpoznany, jeśli będzie on elementem płynu o zabarwieniu żółtym, niż w sytuacji, gdy będzie znajdował się w płynie czerwonym (Mania, Szymusiak, 2012); z kolei osoby zawodowo zajmujące się zapachami mogą posługiwać się olfaktometrami, spektrometrami, chromatografami czy elektronicznymi nosami i oceniać zapachy w perspektywie ich składu, intensywności czy właściwości, więc można by postawić pytanie, czy udogodnienia technologiczne nie pozwalają nam zobiektywizować w jakimś stopniu jeśli nie percepcji, to samej sztuki.

Nawet jeśli by uznać, że zapach jest jedynie przebiegłym wykorzystaniem wiedzy biochemicznej i niewiele ma w sobie z artyzmu (m.in. dlatego, że jest często uzyskiwany przez konfiguracje synestetyczne), musimy przyznać, że sama przyjemność wynikająca z używania perfum jest związana nie tylko z ich właściwościami aromatycznymi, lecz jest także uwarunkowana społecznie². Nie chcę, by perspektywa fizjologiczna była tu traktowana jako jedyny ani wystarczający paradygmat interpretacyjny. Neuroestetyka dostarcza narzędzi do opisu mechanizmów percepcji węchowej, lecz sama w sobie nie wyczerpuje wielowymiarowości doświadczenia zapachowego – zwłaszcza w wymiarze symbolicznym i kulturowo-społecznym. Sama ocena zapachów jest głęboko zakorzeniona w normach i oczekiwaniach

² Podkreślił to Krajewski (2003), pisząc, że nabywając choćby perfumy, zaspokajamy pragnienie posiadania wyjątkowego przedmiotu i jeśli nie dzieła sztuki, to chociaż jego namiastki.

kulturowych, a zapachy „przyjemne” i „nieprzyjemne” często bardzo różnią się w zależności od badanej grupy. Zarysowuje się tu jednak pytanie, jak sztuka olfaktoryczna może radzić sobie z takimi różnicami, a przy tym unikać „uniwersalizowania” zapachów, które mają inne znaczenia w zależności od kontekstu. Zapach zdaje się być fenomenem granicznym, pod tym względem, że stale oscyluje pomiędzy tym, co fizjologiczne, a tym, co kulturowo i kontekstualnie aranżowane.

Przypomnijmy, że dopiero w 2004 roku lepiej poznaliśmy receptory węchowe i mechanizm działania zmysłu węchu, za co Richardowi Axel i Lindzie Buck została przyznana Nagroda Nobla w dziedzinie fizjologii lub medycyny. W latach dwudziestych ubiegłego wieku byliśmy pewni, że człowiek rozróżnia około 10 tysięcy zapachów, sto lat później, według badań z roku 2014 szacujemy, że jest to liczba przekraczająca bilion (Bushdid, Magnasco, Vosshall, Keller, 2014). Te spostrzeżenia niosą za sobą istotne konsekwencje dla tezy o poznaniu niekonceptualnym w estetyce, co kieruje nas ku wątkowi rozróżniania *implicite* i *explicite* w percepcji zmysłowej.

Rozróżnianie *implicite* możemy odnieść w tych warunkach do sytuacji, w której jednostka byłaby w stanie rozpoznać różnicę pomiędzy dwoma zapachami, ale nie potrafiłaby tego *explicite* wyartykułować lub świadomie sklasyfikować, natomiast rozróżnianie *explicite* oznaczałoby tutaj zdolność do świadomego ujęcia różnicy w terminach pojęciowych, np. poprzez nazwanie zapachu jako „jaśminowy” czy „piżmowy”. Badania Bushdida i jego współpracowników (2014) sugerują tym samym, że percepcyjna zdolność do różnicowania zapachów przekracza nasze zdolności konceptualne – ludzie mogą dostrzegać różnice między zapachami, ale niekoniecznie będą potrafili je nazwać lub sklasyfikować w znanych im kategoriach językowych. Nakazuje nam to przyjąć, że percepcja estetyczna może wcale nie wymagać konceptualizacji. Wiele doznań estetycznych może opierać się na percepcyjnych zdolnościach różnicowania (*implicite*), bez potrzeby konceptualnego ujęcia doznań, a samo doświadczenie estetyczne zapachu może mieć niemal nieograniczony wymiar pozapojęciowy. Kieruje nas to ku krytyce językowej teorii estetyki i tezie, że język nie jest jedynym narzędziem organizującym doświadczenie estetyczne, jednakże mimo wszystko chciałabym omówić tutaj istotny problem komunikacyjny, bo bezpośrednio wpływa on na sposób, w jaki odbiorcy interpretują i wartościują dzieła sztuki zapachowej. Brak spójnego języka teoretycznego oznacza niemożność systematycznego opisywania subdyscypliny.

Węch w pułapce języka: o trudnościach w opisie zapachów

O zapachach trudno jest mówić, bo i nie nazwalismy dotychczas pewnych zjawisk i doznań, a o nosie i węchu nie wyrażamy się w kulturze europejskiej szczególnie ciepło. Nawet w naszym języku ojczystym ktoś się ulatnia, inny nie śmierdzi groszem, ale ma wszystko w nosie, z nich zaś śmieje się leń śmierdzący, choć nie ma nosa, bo kogoś za niego wodzi. Nos staje się w naszym języku „nochalem”, „kinolem”, „kichawą” czy „trąbą” i, co ciekawe, ma to swoje odpowiedniki leksykalne również w innych językach (jak np. w języku angielskim: *hooter*, *snitch*, *snout*, *shnozz*, *snoot*, *nozzle* itd.). Zwróćmy uwagę, że to założenie nie jest nowe, bo już w *Perfumach – marzeniu we flakonie*, Joseph Stephan Jellinek stwierdza, że:

mówienie o perfumach jest niezwykle trudne. Możemy opisywać jedynie uczucia, które one w nas wywołają, a i to w stopniu dość ograniczonym, ponieważ w tej sferze do głosu dochodzi to, co jest ukryte głęboko w podświadomości.

(Jellinek, 1994, s. 13–14)

Można jednak odnieść wrażenie, że za kryterium podziału przyjmujemy najczęściej nie tyle uczucia *per se*, co przyjemność lub jej brak. Pomocna, może nie tyle w wyrażaniu odczuć, co struktur, okazuje się nomenklatura muzyczna, dzięki której sam proces tworzenia zapachów jest porównywany do komponowania (powiedzielibyśmy, że, o ironio, do czegoś równie niematerialnego) i to dlatego w perfumiarstwie mówi się o budowaniu kompozycji z nut zapachowych (górnych, średnich i podstawowych) czy ustalaniu w nich wiodącego akordu (np. kwiatowego czy szyprowego). Sam proces wytwarzania zapachów, pachnideł i perfum jest w kulturze albo definiowany w kategoriach alchemicznych tajemnic, albo upodabniany właśnie do tworzenia muzycznych arcydzieł (Krajewski, 2003). Niektóre zapachy mogą też być komponowane bezpośrednio na podstawie doświadczenia muzycznego, jak np. *Batucada* marki L'Artisan Parfumeur, o której mówi się wręcz jako o natchnieniu twórczym, ale już same porównania muzyczno-olfaktoryczne mogą wspierać wyrażanie naszych odczuć.

Możemy też przyjąć za Beata Kuryłowicz, że zapachy tworzą kategorię trudną do opisu słownego, bo z racji tego, że odgrywają mniejszą rolę poznawczą (w porównaniu do zmysłu wzroku i słuchu), to na poziomie językowym nie wykształciliśmy środków pozwalających na opisanie tego

typu wrażeń (por. Kuryłowicz, 2011, s. 99), uznając je przez wieki jedynie za coś towarzyszącego. Oczywiście możemy się zastanawiać, czy wszelkie poznanie musi mieć charakter dyskursywny albo czy nie moglibyśmy tego samego argumentu odnieść do sztuk wizualnych czy muzyki, w których to kwestia przekładu od dawna jest żywo dyskutowana. Jednakże w tym wypadku nie mamy nawet podstawowych narzędzi umożliwiających równie (nie)precyzyjny opis doznań. Nie mamy pięciolinii, kolorów czy ustalonych terminów i systematycznej nomenklatury.

Zauważmy, że aby opisać zapachy, posługujemy się stale tymi samymi porównaniami („coś pachnie jak” czy „ma zapach czegoś”), zmieniając nawet strukturę gramatyczną zdania (względem „widzę” lub „słyszę” występujących najczęściej w połączeniu z biernikiem), nie mogąc usymbolizować ich inaczej niż poprzez opis czy peryfrazę. Oczywiście, nie mogąc wytworzyć pojęć, rozpaczliwie posługujemy się formułowaniem metafor synestezyjnych, które odwołują się do wrażeń pozostałych zmysłów, ale przyznajmy otwarcie, że nie stanowi to rozwiązania mogącego zastąpić wybrakowaną terminologię. Brak ujęzykowania można by spróbować odnieść do naszej niewystarczającej wiedzy osmologicznej, bo nie jesteśmy uczeni obcowania z zapachami przez pryzmat sztuki, nie poszerzamy gamy woni przez siebie już rozróżnianych, a finalnie nie rozróżniamy ich tak biegle, jak choćby kolorów. Leksykalnie zapach pozostaje jedynie artystycznym dodatkiem, perfumy mają nas „zdobić” i mówi się o ich „noszeniu” (Krajewski, 2003).

Podsumowanie

Refleksja nad statusem estetycznym sztuki olfaktorycznej ujawnia szereg napięć między efemeryczną naturą zapachów a potrzebą ich teoretycznego zakotwiczenia w filozofii sztuki. Wskazane przykłady oraz perspektywy, tj. ontologiczna, fenomenologiczna, neuroestetyczna i językowa, pokazują jednoznacznie, że zapach ma zdolność tworzenia znaczeń i powinien być traktowany jako pełnoprawne medium artystyczne. Poprzez tak wyraźny zwrot ku cielesności, sztuka olfaktoryczna uzmysławia nam, że jej sens konstituuje się w procesie percepcji, a dzieło istnieje w relacji intencjonalnej między artystą a odbiorcą.

Sztuka olfaktoryczna neguje perspektywę węchu jako zmysłu drugorzędowego i wiążanego z instynktem lub ze zwierzęcą naturą, który wytraca się wraz z biegiem cywilizacji (Jenner, 2011). Wydaje się, że przeżycie estetyczne związane z tym zmysłem wciąż traktujemy bardziej w perspektywie doznania wymagającego innych umiejętności, przekonań oraz chęci niż w przypadku innego rodzaju sztuki. Efemeryczność i nietrwałość zapachów wymaga dużo bardziej złożonego procesu koncentracji na bodźcu, szczególnie, że istnieją zapachy, które znikają naprawdę szybko, ograniczając znacząco nasz czas percepcji – stając się przy tym oczywiście trudniejszymi do rzetelnej analizy estetycznej. Z uwagi na swoją ulotność zapachy sprawiają również trudności konserwatorskie, kiedy to wyzwaniem staje się znalezienie odpowiednich miejsc ekspozycji tak, aby ustawienie jednego dzieła zapachowego obok drugiego nie osłabiało doświadczania któregoś z nich, nie wspominając o konieczności stałego uzupełniania substancji podczas trwania wystawy. W obrębie estetyki zapachu dochodzi do przesunięcia akcentu z ontologii obiektu na fenomenologię zdarzenia, co wymaga więc uzupełnienia istniejących narzędzi krytycznych o kategorie procesualności, immersji i zmienności percepcyjnej. W tym kierunku prowadzi też dalsza praca: nad językiem, nad praktykami ekspozycji i nad etosem krytyki poszukującej dla niej adekwatnych kategorii opisu. Tam, gdzie brakuje pięciolini, trzeba stworzyć nowe notacje.

Sztuka olfaktoryczna wymaga predyspozycji, nauki, przemyslenia formy przedstawienia czy, nawet jeszcze wcześniej, samej pracy z surowcem. Awersja do poznania zmysłowego nastąpiła w historii filozofii bardzo wcześnie, według Woleńskiego już Heraklit był pierwszym znanym jej krytykiem (Woleński, 2005, s. 17–18), rzecz jednak w tym, że zdając sobie sprawę z ograniczeń epistemicznych, tudzież olfaktorycznych złudzeń i iluzji, musimy odważyć się na dopuszczenie perspektywy przeżycia estetycznego i zobaczyć w tym wartość mimo osobniczej zmienności. Dużo mówi się w naukach ścisłych o zapachach jako tle dla naszej świadomości (Herold, Krause, 2021, s. 12) i wydaje się, że zapachy zdecydowanie powinniśmy kojarzyć nie tylko z fizycznością, lecz także duchowością, nie czyniąc z tego zarzutu. Trzeba się zgodzić, że mogą one budzić w nas ostre reakcje fizjologiczne, ale nie wyklucza to ich wartości estetycznej – prób depersonalizacji tego, co zmysłowe, nie powinniśmy przyjmować za warunek konieczny do tworzenia osądu. Przyznajmy, że ciało ludzkie dopełnia, ulotny w swej

naturze, zapach i tworzy połączenie między naszymi doświadczeniami emocjonalnymi i fizycznymi, co pozwala pośrednio na jego wartościowanie estetyczne. Mimo to coraz bardziej wydaje się niestety, że potrzebujemy argumentów, które utwierdzą nas w przekonaniu, że zapachy są formą sztuki. Nawet jeśli nie uznamy sztuki zapachów za sprytną stymulację chemiczną, mającą w sobie niewiele z arcyzmu, należy przyznać, że ostatecznie i tak będziemy musieli wziąć pod uwagę ludzką fizjologię. Jeżeli jesteśmy w stanie dowieść, że zapach wpływa na percepcję dzieła sztuki, manipulując tym samym naszymi odczuciami, perspektywa neurobiologiczna wydaje się warta uwagi i konieczna również w analizie estetycznej. Powróćmy do tego, co postulował Terry Eagleton w *Ideologii estetyki* – pamięci o tym, że estetyka wywodzi się z dyskursu o ciele, a greckie słowo αἰσθησις oznaczające „percepcję” wskazuje na silną korelację wiedzy z ludzką sensualnością (Eagleton, 1990, s. 13). To, co ulotne i trudne do utrwalenia, staje się w istocie figurą samego doświadczenia estetycznego: sytuacyjnego, zakorzenionego w ciele, a zarazem otwierającego wymiar duchowości. To przestrzeń intencjonalna, w której spotykają się projekt artysty i akt odbioru.

Wydaje się, że konieczne jest tu dopuszczenie perspektywy ucieleśnionego poznania i metaforyczne złączenie się z zapachem. Warto jednak zauważyć, że jest to złączenie obustronne, bo tak, jak odbiorca musi dostosować się do zapachów, tudzież ich cech fizykochemicznych, aby je uchwycić, tak i one muszą być dostosowywane przez projektantów do możliwości odbiorcy, tak żeby zapach nie był choćby zanedbany. Nie ulega wątpliwości, że zapachy są trudnym, nazwijmy to, tworzywem do pracy przez swoją ulotność, ale nie powinniśmy tego traktować jako argumentu przeciwko tej sztuce, jeżeli jednocześnie jesteśmy w stanie zachwycić się performansami i happeningami albo dziełami tworzonymi z piasku czy kredy. Wydaje się, że obecnie głównym wyzwaniem w sztuce zapachów jest stworzenie ram do obiektywnego badania estetycznego doświadczenia zapachu.

Zmysł węchu jest nierównomiernie rozwinięty u różnych ludzi, szybko potrafimy „przyzwyczajać się” do zapachów, do tego dochodzą potencjalne zakłócenia odbioru przez inne zmysły i trudność w opisanu zapachów w słowach. Można by założyć, że większość osób *ad hoc* wskaże przykładowy obraz, ale już w przypadku sztuki olfaktorycznej, poza perfumami (o ile uznać je za sztukę, mając na względzie ścierające się ze sobą teorie kontekstualistyczne z założeniami sztuki projektowej), o przytoczeniu przykładu przeciętnemu odbiorcy znacznie trudniej. Pewne pozostaje,

że nie powinniśmy łączyć myśli o sztuce zapachów jedynie z błyszczącym flakonikiem perfum na półce w łazience albo pojmować węchu jedynie jako zmysłu sugestywnego i pobudzającego, jak czynili to m.in. Zygmunt Freud czy Havelock Ellis. Niestety, mimo powstających dzieł zapachowych, można odnieść wrażenie, że zapach w estetyce wciąż nam ulatuje.

Bibliografia

- Banks, S.J., Ng, V., Jones-Gotman, M. (2012). Does Good + Good = Better? A Pilot Study on the Effect of Combining Hedonically Valenced Smells and Images. *Neuroscience Letters*, 514 (1), 71–76. <https://doi.org/10.1016/j.neulet.2012.02.059>.
- Berleant, A. (2007). *Przemysleć estetykę. Niepokorne eseje o estetyce i sztuce*. Tłum. M. Korusiewicz, T. Markiewska. Universitas.
- Bushdid, C., Magnasco, M.O., Vosshall, L.B., Keller, A. (2014). Humans can Discriminate more than 1 Trillion Olfactory Stimuli. *Science*, 343 (6177), 1370–1372. <https://doi.org/10.1126/science.1249168>.
- Classen, C. (1993). *Worlds of Sense: Exploring the Senses in History and across Cultures*. Routledge.
- Classen, C., Howes, D., Synnott, A. (1994). *Aroma: The Cultural History of Smell*. Routledge.
- Collectors Agenda (b.d.). *In the studio: Sissel Tolaas*. <https://www.collectorsagenda.com/in-the-studio/sissel-tolaas>.
- Corbin, A. (1996). *The Foul and the Fragrant: Odour and the Social Imagination*. Macmillan.
- Corbin, A. (1998). *We władzy wstępu: Społeczna historia poznania przez węch. Od odrazy do snu ekologicznego*. Tłum. A. Siemiek. Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Ingarden, R. (1988). *O dziele literackim: Badania z pogranicza ontologii, teorii języka i filozofii literatury*. PWN.
- Korsmeyer, C. (1999). *Making Sense of Taste: Food and Philosophy*. Cornell University Press.
- Drobnick, J. (2006). Introduction: Olfactocentrism. W: J. Drobnick, *The Smell Culture Reader* (s. 1–9). Berg.

- Eagleton, T. (1990). *The Ideology of the Aesthetic*. Basil Blackwell.
- Gołaszewska, M. (1984). *Estetyka i antyestetyka*. Wiedza Powszechna.
- Greehy, L.E. (2021). *Making Sense of Perfume*. University of Manchester.
- Herold, K., Krause, F. (red.) (2021). *Smell and Social Life Aspects of English, French and German Literature (1880–1939)*. Iudicium Verlag GmbH.
- Hoffmann, B. (2019). Georg Simmel i flakonik perfum. *Przegląd Socjologiczny*, 68 (1), 137–156. <https://doi.org/10.26485/PS/2019/68.1/6>.
- Howes, D. (2003). *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*. The University of Michigan Press.
- Jay, M. (1993) *Downcast Eyes. The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*. University of California Press.
- Jellinek, J.S. (1994). *Perfumy – marzenie we flakonie. Istota perfum, ich działanie, dobór i zastosowanie zapachów klasycznych i nowoczesnych*. Warszawski Dom Wydawniczy.
- Jenner, M.S.R. (2011). Follow Your Nose? Smell, Smelling, and Their Histories. *The American Historical Review*, 116 (2), 335–351. <https://doi.org/10.1086/ahr.116.2.335>.
- Krajewski, M. (2003). *Kultury kultury popularnej*. Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kuryłowicz, B. (2011). Jak purpurowy zapach róży... Metafory synestezyjne w młodopolskich tekstach poetyckich. *Białostockie Archiwum Językowe*, 11, 99–114. <https://doi.org/10.15290/baj.2011.11.07>.
- Lindstrom, M. (2005). *Brand Sense: Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound*. Kogan Page Limited.
- Low, K.E.Y. (2009). *Scents and Scent-Sibilities: Smell and Everyday Life Experiences*. Cambridge Scholars Publishing.
- Ludwig, R. (1999). *The Scented Ape: The Biology and Culture of Human Odour*. Cambridge University Press.
- Lundström, J.N., Mathe, A., Schaal, B., Frasnelli, J., Nitzsche, K., Gerber, J., Hummel, Th. (2013). Maternal Status Regulates Cortical Responses to the Body Odor of Newborns. *Frontiers in Psychology*, 4 (597). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00597>.
- Mania, K., Szymusiak, H. (2012). Między aromamarketingiem a neuromarketingiem: zapach i jego wpływ na emocje konsumenta. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu*, 244, 145–166.

- Merleau-Ponty, M. (2001). *Fenomenologia percepcji*. Tłum. M. Kowalska, J. Migasiński. Fundacja Aletheia.
- Mesz, B., Gorla, N., Zarzo, M. (2023). The Music of Perfume: Crossmodal Correspondences between Music and Smell. *Music Perception*, 41 (2), 110–129. <https://doi.org/10.1525/mp.2023.41.2.110>.
- Mulry, K. (2017). *Empire of the Senses: Sensory Practices of Colonialism in Early America*. Red. D. Hacke, P. Musselwhite. Brill.
- Nowak, L. (2008). Marketing sensoryczny. W: H. Mruk (red.), *Marketing – zagadnienia współczesne*. Wydawnictwo Forum Naukowe.
- Roudnitska, E. (1977). *L'Esthétique en question: Introduction à une esthétique de l'odorat*. Presses Universitaires de France.
- Sharma, A., Kumar, R., Aier, I., Semwal, R., Tyagi, P., Varadwaj, P. (2019). Sense of Smell: Structural, Functional, Mechanistic Advancements and Challenges in Human Olfactory Research. *Current Neuropsychology*, 17 (9), 891–911. <https://doi.org/10.2174/1570159X17666181206095626>.
- Shiner, L., Kriskovets, Y. (2007). The Aesthetics of Smelly Art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 65 (3), 273–286.
- Simmel, G. (2006). *Most i drzwi*. Tłum. M. Łukasiewicz. Oficyna Naukowa.
- Skrzypulec, B. (2019). Olfactory objecthood. *Philosophia*, 47, 881–900. <https://doi.org/10.1007/s11406-018-0017-3>.
- Spence, C. (2021). Musical Scents: On the Surprising Absence of Scented Musical/Auditory Events, Entertainments, and Experiences. *i-Perception*, 12 (5), 1–25. <https://doi.org/10.1177/20416695211038747>.
- Stamelman, R. (2006). *Perfume: Joy, Obsession, Scandal, Sin: A Cultural History of Fragrance from 1750 to the Present*. Rizzoli.
- Synnott, A. (1991). A Sociology of Smell. *The Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 28 (4), 437–459. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.1991.tb00164.x>.
- Witwicki, W. (1933). *Psychologia*. Wydawnictwo Zakładu Naukowego im. Ossolińskich.
- Woleński, J. (2005). *Epistemologia: Poznanie, prawda, wiedza, realizm*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Woolgar, C.M. (2006). *The Senses in Late Medieval England*. Yale University Press.
- Yagamata, H. (1992). Pour une esthétique du troisième sens: l'odorat. *La Revue d'Esthétique*, 21, 81–87.

Nota o autorce:

Anna Prus – studentka medycyny na Gdańskim Uniwersytecie Medycznym, doktorantka w Klinice Dermatologii, Wenerologii i Alergologii na Uniwersytecie w Getyndze oraz studentka Indywidualnych Studiów Międzydziedzinowych na Uniwersytecie Gdańskim.

Address for correspondence: Medical University of Gdańsk, Zwycięstwa 41–42, 80-210 Gdańsk.

Cytowanie

Prus, A. (2026). Neuroestetyka zapachu: o wyzwaniach i ograniczeniach sztuki olfaktorycznej. *Analiza i Egzystencja*, 73 (1), 123–142. DOI: 10.18276/aie.2026.73-05.