

## **Лекция 5. Ароматы растений и ароматерапия в контексте современных философских проблем**

Ароматерапия не медикаментозно влияет на организм человека и эмпирически воздействует на него. Активация обонятельной системы, как и работа любой другой системы в теле индивида, вызывает определённые реакции на физическом уровне, что сопровождается не только психическими и эмоциональными явлениями. Но также доказано положительное влияние ароматерапии и на иммунитет человека; ароматерапия рекомендована при прохождении различных болезней и применяется в различных областях жизни человека.

Основной предмет работы в ароматерапии – эфирные масла. Это многокомпонентные смеси летучих органических соединений (ароматических углеводов), в основном, терпенов и терпеноидов, вырабатываемые растением (корнями, древесиной, листьями, побегами, соцветиями, лепестками).

Можно ли сказать, что механизмы ароматерапии до сих пор полностью не прояснены? Она, безусловно, оказывает влияние на обонятельную систему человека, но её функциональное влияние на мозг ещё полностью не изучено.

Положительное влияние некоторых растительных масел на биологическом, клеточном уровне неоспоримо. Так, например, доказано, что масло лаванды останавливает воспалительный эффект в клетках иммунной системы – то есть, масло лаванды может быть антисептиком не хуже, чем привычный йод. Впрочем, это далеко не единственное качество масла лаванды – оно снижает стресс; артериальное давление; улучшает качество сна, кровоток; активирует мозговые процессы (например, улучшает память).

Однако, я бы хотела сделать акцент на социокультурном и философском понимании такого объекта как запах растений, на его роль в жизни человечества, на практику ароматерапии, а также на эмпирический контекст воздействия на сознание и бессознательную составляющую человека как психического индивида. В данном контексте будут затронуты

гносеологические вопросы: какова полнота обонятельной системы человека; что есть галлюцинирование, вызываемое ароматами растений и каково соотношение галлюцинации с реальностью. Наконец, не будем забывать о ритуальности запаха, о применении ароматов растений в медитативных и иных духовных практиках и обрядах, которые сопровождали наших предков с древности; и в которых, что интересно, важная роль была отведена запахам растений – и не только вследствие их способности вызывать галлюцинации.

### **Экскурс в историю**

Исследования в данном направлении интересовали философов Античности в естественнонаучном плане – как именно человек чувствует запахи? Аристотель сделал вывод, что обонятельные рецепторы находятся в самом носе человека; Демокрит и Эпикур – атомисты – считали, что хорошо воспринимаемые запахи вызваны гладкими частичками, а неприятные запахи – заострёнными атомами, которые каким-либо образом повреждают слизистую носа. В эпоху Просвещения впервые появляется мнение, что восприимчивость запаха у отдельных людей связана с их эмоциональным состоянием; что есть расовые различия в восприятии. Многие ученые затем занимались познанием органов обоняния у человека, в итоге, на настоящий момент сложилась четкая естественнонаучная концепция – в 2004 году двое американских ученых Линда Бак и Ричард Аксель даже получили Нобелевскую премию за описание системы обоняния у человека.

Сами запахи неоднократно поддавались классификации: Линнея, Цваадемакера, Хеннинга, Крюкера и Хендерсона. Феномен запаха в своих работах упоминали и рассматривали Зиммель (социолог), Фрейд (психоаналитик), Риндисбахер (филолог), Вайнштейн и Левинсон (культурологи). Прекрасным примером актуальности этой темы служит отдельный вид деятельности человека – парфюмерия – и все, что с ней связано. Парфюмерию я рассматриваю как попытку человека отойти от природных эссенций и ароматов растений, но, в итоге, частичное и химико-технологическое возвращение к ароматам растений, либо полное отрицание

природных запахов. Хотя Фрейд рассматривал постепенное движение человечества от удовольствий и наслаждений, которые порождаются природой – к возбудителям удовольствия, порождаемых культурой – я не провожу четкого различия между природой и культурой, и в современной парфюмерии, наоборот, вижу тенденцию практически полного возвращения к природным запахам, в первую очередь, к ароматам растений: роз, хвойных деревьев, лаванды, яблока, облепихи и т.д. Интересный факт: на возвращение в моду ароматов растений существенно повлияли и хиппи в 60-ые года прошлого столетия с их девизом «Власть цветов».

Ольфакция – наука о невербальной коммуникации с помощью запахов. Безусловно, невербальная коммуникация происходит через все органы чувств, в том числе, через обонятельную систему человека – и большое влияние на восприятие индивидов друг друга оказывает запах. Также запах возбуждает в человеке не только биофизические процессы, но и порождает воспоминания, имеет определённую символичность и привязанность к конкретным локациям, временам и образам. Интересный факт: в Древнем Риме лепестки роз использовались повседневно: зашивались в одежду, постельное белье; ими декорировали столы, украшали причёски. В средневековой Европе аналогично использовали яблоки и их запахи. А в Японии и сейчас используют ароматические палочки в деловой среде для успешных переговоров. В Провансе у многих деревень есть свой «фирменный» запах, который технически распространяется по улицам и, в последствии, ассоциируется у французов и туристов с конкретной деревней.

Стоит отметить, что запахи неоднократно мистифицировались: использование благовоний, сжигаемой травы во время различных обрядов, религиозных действий было достаточно популярно, и дело не только в порождаемых галлюцинациях.

### **Вопрос субъективного восприятия запахов**

Интересно, что при восприятии запахов эффективность того или иного масла зависит, в том числе, от субъективной оценки воспринимаемого

субъекта. Воздействие предпочитаемых запахов и реакция, вызываемая ими, несравнима с воздействием отвергаемых запахов. Эта субъективная оценка складывается из психоэмоционального фона человека в момент ароматерапии, из половозрастных и других индивидуальных особенностей, доказано гендерное различие в восприятии запахов. Однако полностью тема субъективизации запахов не раскрыта, и точных и общих методик применения тех или иных запахов в конкретных случаях заболеваний к конкретным индивидам, пока нет.

В статье «Функции запаха как феномена культуры» тема субъективизации запаха поднимается под немного другим углом. Объективные свойства запаха не играют большой роли, так как запах рассматривается как культурный феномен, понимание которого зависит от принадлежности человека к той или иной культуре. Более того, автор (Епанешникова М.А.) вводит понятие «ароматическая ось», то есть присущее каждой отдельной культуре понимание степени принятия и непринятия различных запахов. Может быть, в этой общественной, то есть, культурной парадигме и кроется окончательный ответ о субъективизации запахов отдельным человеком?

К сожалению, в гуманитарной, философской системе знания на настоящий момент нет крупных системных исследований, которые были бы посвящены феномену запаха, его влияния на человека и соотношения его с крупными философскими проблемами (тогда как в естественнонаучной среде этот феномен тщательно изучен). Однако феномен запаха присущ всем областям жизнедеятельности человека с древнейших времен, доказано, что различные запахи могут влиять на сознание человека. Более того, при попытке понять, как человек чувствует запах – эмпирически – через органы чувств – обонятельную систему – мы сталкиваемся с целым комплексом философских проблем, и вынуждены задавать вопросы. Насколько полна информация, получаемая нами эмпирическим путем? Как мы можем говорить о достоверности этой информации, способны ли мы актуально и

точно оценивать запахи, каким образом мы отличаем удовольствие/отторжение от запаха от галлюцинации, которую могут аффектировать некоторые ароматы растений – все эти гносеологические проблемы и проблемы нашего сознания, восприятия мира поднимаются, конечно же, и в контексте данной темы.

Если говорить о цифрах, то мнения о том, сколько запахов может различать обонятельная система человека, разнятся. Долгое время считалось, что это около 10 тысяч запахов, в последнее время говорят о триллионе различных запахов, который может различать человек. Это нельзя назвать окончательной цифрой, и, возможно, исследования обонятельной системы смогут вновь расширить этот спектр. Однако, как бы спектр ни был расширен, это не гарантирует нам, что мы различаем все запахи в мире и действительно способны получать по данному каналу окончательную, объективную и актуальную информацию.

С философской точки зрения ни о какой абсолютной объективности восприятия и об абсолютной объективности качеств запахов самих по себе не может быть и речи, ввиду изменчивости и различий воспринимаемых запахов субъектов. Конечно, это не означает, что токсичные масла и запахи перестают оказывать негативное воздействие на человека, только потому что он «этого не хочет». Речь об аксиоме не-универсальности воздействия всех запахов, и о безусловной объективизации и неточности восприятия (хотя в этом контексте слово «точность» применять логически неверно). Объективизация запахов зависит не только от эмоционального фона человека в момент восприятия и/или ароматерапии, но и также от культурного фона: вплоть до гигиенических или кулинарных особенностей данной культуры.

Стоит отметить, что зависимость запаха как феномена и его восприятие человеком как культурным носителем не однополярна, запахи «несут» за собой некоторое культурное поле и культурную наполненность определённым культурным смыслом. На бытовом уровне это легко выразить

кулинарным примером о популярности различных природных приправ в разных культурах – соевый соус, карри, укроп и т.д.

У конкретных запахов всё-таки есть своя история, это не идеальная форма, которую с нуля заполняют различные культуры, как пишет об этом в своей статье Епанешникова Мария Александровна. Так, например, запах ели, хвойный запах, который активно применяется в ароматерапии с древнейших времен, неумолимо несёт за собой культурный подтекст и ассоциацию с празднованием Нового года у определённых сообществ людей. Известно, что запах еловой хвои также поднимает настроение, взбадривает и дарит чувство покоя и удовлетворения.

### **Актуальные векторы развития ароматерапии**

Будущее ароматерапии неоспоримо: во-первых, остаются открытыми вопросы, которые прозвучали в данной работе выше. Также огромное поле работы у исследователей эфирных масел: это поиск новых эфирных масел растений, установление состава, разработка технологии извлечения эфирного масла, культивирования данных растений. И, безусловно, разработка и создание новых лечебных и профилактических препаратов с использованием эфирных масел, в том числе, в целях ароматерапии.

Поле работы остается и у нейромаркетологов, которые утверждают, что при кинестетическом влиянии на человека, индивид способен запомнить продукт гораздо лучше. Аромамаркетинг – как отдельный вид рекламы выстрелил в настоящем столетии, и объемы бизнеса, воспользовавшегося данным приемом, неуклонно растут.

Также становится популярным аромадизайн. Создаются новые сорта душистых растений, изучается лекарственное применение летучих соединений и обсуждается их применение в ландшафтном обустройстве территорий.

В современном процессе жизни, где информационные технологии неоспоримо воздействуют на личность как в положительном, так и негативном ключе, важную роль для восстановления и успокоения организма

человека отводят ароматерапии, и работа в этом направлении, безусловно, актуальна и необходима.

### **Список литературы:**

1. Шутова С.В. Ароматерапия. Физиологические эффекты и возможные механизмы (обзор литературы) // Вестник Тамбовского университета. Серия: естественные и технические науки / Журнал. Т. 18, вып. 4, 2013 С. 6.
2. Епанешникова М.А. Функции запаха как феномена культуры // Вестник Челябинского государственного университета / Журнал. 2010. №31 (212). Вып. 19. С. 31 – 35.
3. Добрикова К.А. Невербальные коды в межкультурной коммуникации // Перевод и сопоставительная лингвистика / Журнал. 2015. Вып. 11. С. 97 – 100.
4. Аюпова Р.Б. Эфирные масла: достижения и перспективы, современные тенденции изучения и применения (обзорная статья) // Вестник Казахского Национального Университета / Журнал. №5 (3) – 2013. С. 74 – 78.
5. Тимохина Е. С. Обаяние обоняния // Бизнес-журнал / Журнал. Июль №7. 2017. С. 78 – 80.
6. Егорова Д. П. Ароматы и запахи в современной культуре Японии // Вестник МГЛУ / Журнал. Вып. 11 (590). 2011. С. 217 – 228.
7. Кухарева Л. И. Аромадизайн – новое перспективное направление в садоустройстве // Наука и инновации / Журнал. № 5 (199). Май. 2016. С. 10 – 12.
8. Медведева М. А. Герменевтический анализ символов праздника Нового года // Аналитика культурологии / Журнал. 2008. С. 6.
9. Маклаков Г.Ю. Концептуальные направления исследования информационного воздействия на человека // Известия Южного Федерального Университета / Журнал. 2003. С. 4.