

Парфума з бульбы



Здесь есть:

**Всё, что вы всегда хотели узнать
Всё, что вы всегда боялись узнать
Всё, что вы никогда и не думали
узнать, но обязательно узнаете**

Алексей Владимирович Хвойницкий

Парфума з бульбы

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70087429

SelfPub; 2023

Аннотация

В мире парфюмерии существует множество мифов, стереотипов и недопониманий, которые окружают ароматы и процесса создания духов. Подобно процессу приготовления парфюма из картошки, который может показаться абсурдным и непонятным, парфюмерия часто кажется магией, доступной только избранным. Но на самом деле, парфюмерия – это искусство и наука, которая может быть доступной и интересной каждому. В этой увлекательной книге автор раскрывает мир ароматов и парфюмерии с юмором, сарказмом и глубокими знаниями. Читатель узнает, как устроен нос, как работает обоняние и почему ароматы играют такую важную роль в нашей жизни. "Парфума з бульбы" – это увлекательное путешествие в мир ароматов, которое позволяет читателям более глубоко понять и полюбить парфюмерию, исследовать ее магию и найти ответы на интересующие их вопросы. Книга адресована всем, кто интересуется миром ароматов и хочет расширить свои знания и опыт в этой удивительной области.

Содержание

1. Нос	7
2. Органы обоняния	11
3. Обоняние	18
4. Запах	26
5. Аромат	34
6. Функции	44
7. Влияние	56
8. Восприятие	64
9. Удовольствие	77
10. Парфюмерия	88
11. Ингредиенты	104
12. Феромоны	117
Конец ознакомительного фрагмента.	127

Алексей Хвойницкий

Парфума з бульбы

Каб прыгатаваць 100 мл парфумы з бульбы нам патрабуюцца 600 г маладой бульбы прыкладна аднолькавага памеру, а буйныя клубні неабходна парэзаць. Далей патрэбна яе аскрэбіць, памыць, і абсушыць. Абабраную бульбу зварыць у падсоленай вадзе, затым прапусціць праз мясарубку ці проста патаўчы. Далей нам патрабуюцца шкловая бутэлка на... Кхм... Всьё... Дастаточна, пісаць на беларускім мове цэлую кнігу неабходнасці няма, а прывесць такім чынам увагу, надзеюся, атрымалася. Ітак, парфума з бульбы ці проста духі з картошкі... Вот менавіта так, як мне здаецца, многія ўяўляюць сабе працэс вытворчасці духав і іншых парфюмерных прадуктаў і, больш за ўсё, адносіны да ароматаў прыкладна такія ж, як і да аромату, атрыманаму з картошкі. Бярэцца гэта, невялічкі гэта, апрацоўваецца, сумешчываецца і ў выніку атрымліваецца хімічна складаны і невероятна ўдасканалы прадукт парфюмернай прамысловасці. Большасць мерак і пераконанняў, звязаных з парфюмеріяй з'яўляюцца..., часта ні на чым і не з'яўляюцца, так, толькі ўяўленні, фантазіі, слухі, клішэ і стэратыпы. Уладваючы пэўнымі ведамі і вопытам у гэтай галіне, а таксама назіраючы за цяжкасцямі і складанасцямі, узнікаючымі ў людзей пры ўзаемадзеянні з

ароматами, считаю, просто необходимым изложение имеющейся обширной и систематизированной информации о запахах, ароматах, обонянии и парфюмерной отрасли в целом. А умения описывать непонятные вещи понятно, а понятные вещи делать непонятными, тут пригодятся как нельзя лучше. Ценность большей части представленной информации состоит в том, что она конкретна и основана на фактах и опыте многих людей, поэтому она является... может и не истиной в первой инстанции, но... назовем её «правдоподобной» и «объективной». Конечно же, абсолютной объективности не добиться (любая книга – плод субъективизма), но объективность и правдоподобность, распространяющаяся на всех и каждого в различных ситуациях и обстоятельствах – основной ориентир. Для кого эта книга? Для всех, кто интересуется темой парфюмерии и ароматов. Для всех, кто хочет узнать немного больше. Для всех, кто хочет найти решение своих проблемам. Для всех... Что есть в этой книге? Всё! Скандалы, интриги расследования... А ещё сарказм. Много сарказма. Очень много сарказма (я предупредил). В основном, конечно же, именно это, но не только это. Здесь найдется много полезной «бытовой» информации о запахах и ароматах, устройстве носа, обонянии, но в основном о парфюмерии и о взаимодействии парфюмерии со всем вышеперечисленным. Плюс, здесь даётся возможность взглянуть на парфюмерию под другим углом, составить собственное мнение об ароматах, а также сделать процесс выбора и применение

ния ароматов более индивидуальным и интересным. Читать желательно от самого начала и до самого конца. При этом одного единственного прочтения может быть не достаточно. И напоследок (возможно, наше знакомство закончится уже здесь), основная идея этой книги такова – ароматы и парфюмерная продукция должны приносить вам радость и делать вашу повседневную жизнь хоть чуточку лучше. Итак... Приступаем.

1. Нос

– Извините, вот вам ваш нос, я нашел его в своих делах.

Пожалуй, необходимо начать с самого начала:

«В начале сотворил Бог небо и землю.

Земля же была безвидна и пуста, и тьма над бездною, и Дух Божий носился над водою.

...

И сказал Бог: да произрастит земля зелень, траву, сеющую семя [по роду и по подобию её, и] дерево плодовитое, приносящее по роду своему плод, в котором семя его на земле. И стало так.

И произвела земля зелень, траву, сеющую семя по роду [и по подобию] её, и дерево [плодовитое], приносящее плод, в котором семя его по роду его [на земле]. И увидел Бог, что это хорошо.»

Пожалуй, так будет хорошо. Не отвлекаемся – нос. Именно с носа стоит начать наше обсуждение, ведь именно он является главным виновником ощущения и восприятия запахов и ароматов. Все мы не понаслышке знакомы с этим примечательным органом, видели его не один раз, трогали и чесали, тягали за нос других, оставляли с носом третьих. К тому же, нос служит отличным вместилищем для пальцев рук... а для творческих людей – и для пальцев ног. А также можно и всунуть свой нос, куда не следует или же просто

упереться им в щеку любимого человека – и это хорошо. Ах, да, ещё нос является органом дыхания. Довольно полезный орган, получается, давайте подробнее разбираться с ним.

Видимая часть носа, называемая наружным носом, состоит из корня, спинки, верхушки и крыльев. Основу наружного носа составляют носовые кости – лобный отросток верхней челюсти, латеральный хрящ и большой крыловидный хрящ носа, покрытые мышцами, которые предназначены для сжимания носовых отверстий и оттягивания книзу крыльев носа.

Прежде чем оказаться в носовой полости, воздух сначала попадает в её преддверие. Носовая перегородка, образованная вертикальной пластинкой решетчатой кости, сошником и хрящом, разделяет носовую полость на две части. Хотя внешне нос и выглядит симметрично, у многих людей носовая перегородка искривлена. Это незначительное отклонение принято считать нормой, хотя оно и представляет собой асимметрию черепа.

Анатомия полости носа более сложная. Различают четыре стенки полости носа: боковую (латеральную), внутреннюю (медиальную), верхнюю и нижнюю. Наиболее сложное строение имеет боковая стенка носа, образованная несколькими костями и несущая носовые раковины. Из костных образований её составляют носовые кости, верхняя челюсть, слезная кость, решетчатая кость, нижняя носовая раковина, вертикальная пластинка нёбной кости и крыловидный от-

росток клиновидной кости. На боковой стенке имеются три продольных выступа, образованных раковинами. Наиболее крупной из них является нижняя носовая раковина (самостоятельная кость), а средняя и верхняя раковины представляют собой выросты решетчатой кости.

Пространство между перегородкой носа и носовыми раковинами называется общим носовым ходом, в боковых отделах полости носа соответственно трём носовым раковинам имеются три носовых хода. Нижний носовой ход сверху ограничен нижней носовой раковиной, снизу – дном полости носа. В нижнем носовом ходу, на расстоянии 10 мм от переднего конца раковины, находится отверстие носослезного канала. Крыло носа, кроме большого хряща, включает соединительнотканые образования, из которых формируются задненижние отделы носовых отверстий (ноздри).

Как нос в целом, так и отдельные его части решают массу важных задач. Во-первых, волосы в преддверии задерживают пыль в воздухе. Во-вторых, воздух, проходя через извилистые носовые ходы, оставляет часть бактерий на слизистой. В-третьих, интенсивное трение воздуха поднимает его температуру, а соприкосновение с клетками внутренней части пазух – ещё и влажность. Кроме того, все полости играют роль резонатора и участвуют в формировании голоса, придавая ему индивидуальный тембр.

Вот так вот, спасибо вики за информацию, очень интересно, познавательно и не очень интересно. Ковалёв, глав-

ный герой из одноименного с этой главой произведения Гоголя высказался по поводу носа намного проще, но куда содержательнее: «Будь я без руки или без ноги – всё бы это лучше; будь я без ушей – скверно, однакож всё сноснее; но без носа человек – чорт знает что: птица не птица, гражданин не гражданин; просто, возьми да и вышвырни за окошко!»

Но вот остался вопрос, так чем же воспринимаются запахи и ароматы? И все так же ответят хором – носом. Однако, столь замечательный объект, столь живописно расположенный на лице, сам никаких запахов не воспринимает. То, чем мы нюхаем, называются органами обоняния, и расположены глубоко внутри головы, за наружным носом. Так зачем же нужна вся эта глава, посвящённая носу, носам и носикам? А вот просто так, для общего развития. Но не только для этого, это наглядное правило – любая информация касающаяся обоняния и запахов, будет лишь дезинформировать вас или вводить в заблуждение.

2. Органы обоняния

– Эх, если бы я не бросил школу в 1990-м, я бы сейчас ходил в 38-й класс.

Итак, вот оно – органы обоняния, виновные во всех обонятельных проблемах человека, сейчас мы с ними разберёмся. Эй вы! Куда побежали? Догоняй их! Теперь разбираемся. Самому разобраться в этом вопросе практически невозможно. Хотя, конечно же, можно провести вскрытие подвернувшегося «счастливца» самому, но боюсь после этого, можно будет достоверно установить лишь то, что пациент скончался именно от вскрытия, плюс тот факт, что я точно упаду в обморок от открывшихся видов. Поэтому придётся обратиться к тем, кто эту область имел возможность научно исследовать и полностью доверится им. Вот один из интересных ответов на тему органов обоняния, который можно найти у Виктории Гулимовой в книге «Пять носов» человека и 2500-летняя история их изучения. Добавим сюда информацию других источников, посыпем моими искромётными комментариями и посмотрим, что получится.

Органы обоняния – это именно то, чем мы нюхаем и чем воспринимаем запахи. Находятся эти органы глубоко внутри головы, за наружным носом (повторение – мать учения). Если подробно и тщательно рассматривать эти загадочные структуры, то окажется, что их целых пять. Пять! ПЯТЬ!!! И

это вовсе не нос. Сам по себе нос исполняет лишь роль проводника в системе обоняния, направляя содержащий ароматические молекулы воздух на обонятельный эпителий. Это первый и самый значимый орган обоняния, представляющий собой симметричные участки слизистой оболочки, по форме, за счёт складок, напоминающий гребни. Общая площадь обонятельного эпителия у человека составляет всего лишь несколько см², но этот участок богат чувствительными клетками, содержащий по разным данным от 10 до 50 миллионов клеток, осуществляющих регистрацию запахов. У животных их количество, как правило, значительно больше, например, обонятельный эпителий у овчарок содержит до 220 миллионов таких клеток.

Расположен обонятельный эпителий весьма странно – не вблизи ноздрей, что было бы естественно, а далеко и глубоко – в верхней части носовых ходов, гораздо ближе к мозгу, чем к входным отверстиям носа. В результате многих опытов и экспериментов (обычно не очень приятных) стало известно, что при обычном дыхании запах восприниматься вообще не должен, так как просто не имеет возможности добраться до обонятельных рецепторов. Таким образом, получается так, что орган обоняния есть, но улавливать запахи с его помощью, возможности нет. У животных эту проблему решает так называемый орган Мазера – небольшой бугорок, расположенный на перегородке носа, примерно в средней её части, куда пахучие частицы попадают легко и есте-

ственно даже при спокойном дыхании. Этот орган выполняет функции своеобразного сторожа, проверяющего вдыхаемый воздух на наличие пахучих веществ. Пока их нет, животные дышат спокойно, но как только «сторож» подает сигнал: «Внимание, появился запах, надо разобраться!», дыхательные движения изменяются, возникает то, что мы называем принюхиванием. В результате задействуются совершенно иные мышцы, чем при обычном вдыхании воздуха, и воздушные потоки искусственно направляются именно туда, где их ожидают рецепторы основного органа обоняния. Про человеческий орган Мазера почти ничего не известно, даже не известно, существует ли он у взрослых людей или редуцируется в ходе развития человека. Но сам механизм, некая «сигнализация» существует как у животных, так и у людей и является просто необходимым приспособлением для основных органов обоняния. Современные методы исследования, а также возможность проводить опыты в максимально приближённой к обычной повседневной среде, позволили установить, что обонятельный рецептор представляет собой чувствительную нервную клетку, от которой отходят два отростка. К полости носа отходит короткий дендрит – чувствительный отросток нейрона, состоящий из ресничек, кончики которых находятся на самой поверхности обонятельного эпителия и способные при необходимости вытягиваться, что обеспечивает как увеличение площади контакта рецептора, так и большей возможности охвата пахучих веществ. К моз-

гу же отходит более длинный передающий отросток – аксон, уходящий в обонятельную луковицу – структуру мозга, осуществляющую первичную обработку информации о запахах.

Основной орган обоняния, обонятельный эпителий, распознает только запахи высоко летучих веществ, то есть тех, что состоят из маленьких и летучих молекул. Но этого совсем недостаточно для полноценного восприятия, поскольку существуют иные, гораздо более «увесистые» пахучие вещества. Это феромоны, или сигнальные молекулы, через которые передается важнейшая информация. Многие запахи в природе и в животном мире являются лишь побочным эффектом жизнедеятельности, тогда как феромоны существуют именно для того, чтобы пахнуть. При этом в реальности, они чаще всего, не имеют запаха вовсе, а служат сообщением о настроении и состоянии живого организма, о степени его миролюбия или агрессивности, о готовности к размножению или родительских чувствах. Для этих целей возник дополнительный, или второй орган обоняния, расположенный в основании носовой перегородки, вблизи косточки vomer (от лат. сошник), отчего и получил название вомероназальный. Он имеет вид двух крошечных трубочек, которые подобно локатору, улавливают только запахи феромонов и по собственному нервному каналу передают сигнал непосредственно в мозг. Примечательно то, что всё это происходит без нашего ведома, и всплески активности в разных отделах мозга даже не осознаются.

В ходе эволюции человека, а именно из-за увеличения долей головного мозга и с началом прямохождения, определённые функции органов теряют свою изначальную роль и даже более того, сами органы целиком могут быть утрачены. И именно это и произошло с вомероназальным органом человека, который также называют органом Якобсона, а иногда и просто – вомер. Но, несмотря на это, влияние этого органа не оценить нельзя. Сложная и упорядоченная деятельность муравьёв, является результатом действия феромонов, которые позволяют упрощать не простые способы коммуникации между тысячами особей. Как в анекдоте, ни планёрок, ни совещаний, а главное – все работают. Обусловлено это во многом тесному взаимодействию муравьёв с землёй, которая идеально подходит для передачи информации посредством феромонов, в отличие от непредсказуемого воздуха. Этот и другие факторы привели к тому, что муравьи являются самыми распространёнными видами насекомых на земле, которых не встретишь разве что, в Антарктиде. А что до человека, то точно о действии феромонов на него известно очень мало, а многое не известно вовсе. Однако повсеместное пестрение тем о феромонах уже само по себе означает, что они играют свою серьёзную роль, как в деятельности человека, так и при взаимодействии между людьми.

К системе обоняния также относят тройничный нерв, реагирующий на слишком резкие, потенциально опасные и просто вызывающие боль раздражители. Здесь совсем не важ-

но, чем пахнет раздражитель, но если он воздействует на тройничный нерв, то это своего рода сигнал «Опасно!!!» или «Больно!!!». Значит, в нос вам попало что-то уж очень нехорошее и надобно срочно мобилизовать все силы, чтобы избавиться от неприятного воздействия или покинуть место, где оно вас настигло. Когда человеку, упавшему в обморок, суют под нос ватку, смоченную нашатырным спиртом – это классическое воздействие на тройничный нерв: неприятно, но эффективно. Без тройничного нерва, человек с лёгкостью подвергал бы свой организм влиянию вредных, ядовитых и отравляющих веществ, не имея об этом даже ни малейшего представления.

И, наконец, терминальный нерв или нулевой черепно-мозговой нерв. Структура это вообще загадочная, определенной функции не играет, но без него многие другие функции живого организма не работают, как следует. По-видимому, роль нулевого нерва состоит в выработке веществ, способных регулировать процесс обоняния, в частности, восприятие феромонов вомероназальным органом. Да-да-да, скорее всего, именно этот нерв является личным передатчиком сигналов от вомероназального органа к мозгу. Этот нерв, по факту являющийся первым, по иронии судьбы, был открыт последним, поэтому, чтобы не нарушать уже привычную схему, новый, тринадцатый нерв, называли нулевым.

Итого один нос, пара ноздрей и пять органов обоняния,

благодаря всему этому набору мы способны улавливать и различать самые разнообразные как пахучие, так и не имеющие запаха вещества и соответственно на них реагировать. В целом, узнавая всё больше и больше, начинаешь понимать всю ограниченность имеющихся знаний, а полученные ответы лишь подкидывают новых вопросов. Поэтому, очередная, маленькая, но довольно неожиданная замечтка: всё, в этом мире, построено на доверии.

3. Обоняние

– Как это называется, когда слышишь голоса в голове?
Аааа! Спасибо.

С носом и органами обоняния вроде бы как, хоть и немножко, разобрались (надеюсь, все остались с носом..., вы меня поняли... хотя бы неправильно), но вот к обонянию, и ко всему тому, что с ним связано, так и не приблизились. Давайте сейчас вы мне чётко, содержательно и очень убедительно расскажете всё о том, что такое обоняние, как оно устроено и с чем его нюхают. Так-так. Ага. Угу. Эмм...? А!!! Ну да, ну да! А как насчёт...? А ведь точно! Всё понятно. Спасибо! Разобрался. А зачем вообще человеку знать, как устроено его обоняние, которое работает одинаково хорошо, или одинаково плохо, не смотря на его знание или незнание?! Всё так, да не так. Давайте немного разберёмся с самим обонянием, а затем и со всем остальным.

Соберём всю имеющуюся по обонянию информацию воедино и построим последовательную цепочку его работы: пахучие вещества, смешанные с воздухом, через нос попадают в носовую полость, где обонятельный эпителий «захватывает» интересующие его молекулы, реагирует определённым образом на тот или иной раздражитель, после чего передаёт имеющуюся информация в обонятельную луковицу. Из обонятельной луковицы нервные импульсы поступают в

первичные, а затем и в высшие обонятельные участки коры головного мозга, формирующие уже вполне осознаваемое ощущение характера и интенсивности запаха. Конечным пунктом обработки данных является лимбическая система и гипоталамус, регулирующие эмоциональные и поведенческие реакции организма на запах. СТОП! Действие системы обоняния в чистом виде где-то на этом этапе останавливается, а дальше, в дело вступает мозг, который, вы уже и сами должны это знать, делает всё очень запутанным и сложным. Дальше обоняние, условно конечно, превращается в восприятие, анализ или мышление, а затем в реакцию, действие или эмоцию. Прежде, чем лезть в мозг, потопчемся немного на месте и разберёмся с обонянием, ведь с ним до сих пор так ничего и не ясно.

Обоняние является, наряду со вкусом, зрением, слухом и осязанием одним из основных чувств человека, и отвечает за способность ощущать и определять запахи веществ, рассеянных в воздухе. Вкус и обоняние являются очень близкими и взаимосвязанными, во многом это объясняется как близким расположением, так и общим принципом воздействия на них. Работа вкуса и обоняния основана на хеморецепторах – рецепторах, воспринимающих воздействие растворённых или летучих химических веществ и на биохимических реакциях, возникающих в них. Обоняние же человека, обитающего в наземно-воздушной среде (но преимущественно в воздушной), целиком построено на воздействии летучих хи-

мических веществ, поэтому, ведя разговор об обонянии, всегда ведётся разговор о химии и химических реакциях. Облачаемся в белые халаты и превращаемся в химиков, цепляем очки на нос и делаем задумчивое лицо и внимательный сосредоточенный взгляд (без этого никак не разберёмся).

Попадающие с воздухом в носовую полость молекулы ароматических веществ, их иногда ещё называют одорантами, растворяются в обильно покрывающей обонятельный эпителий слизи, где происходит взаимодействие с рецепторными белками, содержащимися в мембране ресничек обонятельных нейронов. Это взаимодействие изменяет ионную проницаемость мембраны клеток и формирует электрический импульс, передающийся по нейрональному аксону в обонятельную луковицу, которая является первым центром обработки обонятельной информации в головном мозге. Сами обонятельные рецепторные нейроны распознают громадное число разнообразных молекул пахучих веществ, каждая из которых активирует различные белковые рецепторы на поверхности его мембраны. Такая комбинаторная система кодирования сигналов позволяет распознавать практически неограниченное количество ароматов.

Аксоны обонятельных нейронов оканчиваются в обонятельной луковице разветвлениями в сферических концентраторах, называемых гломерулами. В гломерулах осуществляется контакт между окончаниями аксонов обонятельных нейронов и дендритами нейронов второго порядка, которые

ми являются митральные и пучковые клетки. Митральные клетки – самые крупные нервные клетки, выходящие из обонятельной луковицы.

У человека около 10 миллионов аксонов обонятельных нейронов, которые распределяются по 2000 гломерул обонятельной луковицы (иногда страшно писать конкретные цифры, ведь они обязательно окажутся неточными, но общее представление вы должны получить). Воздействие разных молекул ароматических веществ активируют гломерулы различным образом, а совокупность активированных гломерул называется картой запаха и представляет своего рода «слепок» запаха, которая показывает, из каких пахучих веществ состоит воспринимаемый обонятельный объект.

Аксоны... Рецепторы... Гломерулы... А можно попроще? Конечно можно. Представьте клавиатуру с тысячами клавиш. Определённый запах или аромат, нажимая на определённые клавиши, сообщает нам о том, что он и себя представляет. Нажимает на все клавиши подряд – мы ощущаем невнятную какофонию. Набирает понятное нам слово – и мы понимаем, что собой представляет запах. Набирает матерное слово – и мы понимаем, куда нам нужно идти. Если набирает непонятное нам слово на иностранном языке – мы вроде и чувствуем этот довольно чёткий сигнал, но понять и осмыслить его не можем. Набирает Alt+F4 – и мы либо завершаем свою работу, либо перезагружаемся. И таких клавиш тысячи, а комбинации клавиш будет выдавать широкий спектр

ощущения, и вызывать самые разные реакции. Если вы ещё не сошли с ума, то продолжим... нет, не сходить с ума..., а разбираться в обонянии, конечно же. Перейдём к обонятельной луковице. Используйте острый, смоченный в холодной воде нож и не забудьте открыть окно, а саму луковицу перед этим можете немного охладить в холодильнике.

Обонятельная луковица, несмотря на свои маленькие размеры, представляет собой большую многослойную нейронную сеть, служащую для пространственно-временной обработки отображения запаха в гломерулах. Её можно рассматривать как совокупность множества микросхем с большим количеством связей, с взаимной активацией и ингибированием (торможением) активности нейронов. Выполняемые нейронами операции выделяют характерные свойства карты запаха. Обонятельная луковица является одним из древнейших образований головного мозга, и именно она, совместно с эволюцией человека и увеличением долей других отделов головного мозга, постепенно уменьшается в размерах и теряет свою былую значимость. Печаль, беда. Но не стоит отчаиваться. Любая нейросеть больше зависит от связей и их крепости внутри неё, чем от размеров. Деятельность обоняния ведёт к активизации определённого набора нейронов, а при повторении той же деятельности, связи между этими нейронами укрепляются. Такие повторения ведут к формированию своего рода памяти, а сама нейросеть получает возможность тренироваться и обучаться. Теории здесь больше,

чем практики, но личный опыт любого здравомыслящего человека, способного делать верные выводы должен подтверждать эту мысль.

От обонятельной луковицы аксоны митральных и пучковых клеток передают информацию в первичные обонятельные участки коры головного мозга, а затем в высшие её участки, где формируется осознаваемое ощущение запаха, и в лимбическую систему, которая порождает эмоциональную и мотивационную реакцию на обонятельный сигнал. Деятельность обонятельных зон позволяет формировать ассоциативную память, которая устанавливает связь нового аромата с отпечатками воспринятых ранее обонятельных стимулов. Процесс идентификации и распознавания ароматических веществ происходит путём сравнения получающегося отображения с его описанием в семантической (смысловой) памяти. В случае совпадения отпечатка и памяти о запахе происходит какой-либо ответ, эмоциональный или двигательный, организма. Процесс этот осуществляется очень быстро, в мгновение секунды, и информация о совпадении, после ответа, сразу сбрасывается, поскольку мозг готовит себя к решению следующей задачи восприятия запаха. Получается, что на знакомый аромат у нашего мозга есть уже вполне определённая реакция, которую он будет выполнять всегда, не смотря ни на что. С точки зрения обоняния, любой уже известный запах или аромат будет вызывать строго определённые ранее действия или реакции, зачастую не осо-

знаваемые и не регулируемые – своего рода привычка. А вот в случае несовпадения отпечатка, деятельность обонятельной системы будет продолжаться, пока «агрессор» не будет досконально проанализирован и пока на него не сформируется определённая реакция. Очень важный аспект, перечитайте его ещё несколько раз, а лучше читайте до тех пор, пока не нащупаете второе дно. И не торопитесь.

Обоняние в целом, даже если сам человек и считает, что в его жизни оно играет крайне незначительную роль, всё же имеет огромную власть, как над самим человеком, так и над его жизнью. Обоняние прямо воздействует на вегетативную нервную систему, создавая определённый эмоциональный фон – положительный или отрицательный, что влияет на ваше самочувствие и на соответствующее ощущение окружающей действительности. В этом плане обоняние может быть обоюдоострым мечом, вызывая самые разные ощущения, возникающие независимо от ваших личных желаний или предпочтений, но таков уж удел человека. Ситуация, когда человек полностью или частично лишается обоняния – anosmia или hyposmia, несёт в себе, куда большие проблемы и трудности. Аносмики буквально «отрываются» от окружающего мира, от природы, от общества, даже от своего собственного тела, превращаются из активных участников, в своего рода, сторонних наблюдателей. Многие нюансы обычной повседневной человеческой жизни становятся недоступны, и это не говоря об интимной сфере бытия... Читая об

образе жизни и об общих ощущениях и впечатлениях людей, страдающих аносмией (вот буквально только что), заметил, что на глазах стали наворачиваться слёзы, поэтому надеюсь, что никого это не коснётся и такая печальная участь обойдёт всех нас стороной. Ведь не чувствуя запах, теряется и вкус... Не только к еде, но и к жизни... Одновременно с этим, надеюсь, на осознание всей значимости обоняния. Осознавайте.... Не буду мешать... Пойду прогуляюсь...

После прочтение всего вышеизложенного, если вы сумели всё понять и полностью во всём разобрались, то можете себя похвалить и обозваться любым приятным вам словом. Если во всём разобраться не удалось, или в целях сохранения душевного спокойствия прочтение происходило в диагональном направлении, то делаем простой вывод: работа обоняния построена на магии, а само обоняние – это чудо, которое при этом доступно каждому.

4. Запах

– О боже, врача! Срочно позовите врача! Здесь есть врач?!
Тут человеку только спросить!

Сделаем очередной крюк и разберёмся в таких понятиях как запах и аромат. Запах является более широким понятием, воздействует на одно из пяти основных чувств и означает ощущение специфических летучих пахучих веществ, рассеянных в воздухе. Запахом в принципе обладает любая вещь и любой организм в природе и в мире (есть информация, что даже космос пахнет, но это не точно, можете проверить это сами), другое дело, что мы либо неспособны его уловить, либо просто не обращаем на него внимания. Однако наиболее яркие и сильные запахи издают живые организмы: растения и животные, в том числе и человек. Но при этом, запах в большинстве случаев является скорее побочным результатом жизнедеятельности, хотя иногда выступает и сопутствующим продуктом, и лишь для отдельных организмов запах является жизненно необходимым. За сам запах отвечают маленькие, лёгкие, летучие, взвешенные в воздухе молекулы, которые, как мы уже знаем, ещё называют одорантами. Хотя, сказав, взвешенные в воздухе, это будет не совсем корректно, так как в воде пахучие молекулы распространяются и сохраняются намного лучше. Однако для их ощущения необходимы особые органы чувств, как у рыб, а у нас с вами, лю-

дей, таких органов нет.

В целом, запахи можно подразделить на три группы: приятные, неприятные и безразличные. Приятный запах – это тот, вдыхание которого мы хотели бы ощущать как можно больше и дольше, ведь он доставляет удовольствие. Неприятные запахи обычно вызывают ассоциации грязи, неопрятности, разложения, гниения. Безразличные запахи – это те, которые нами не воспринимаются и к которым мы настолько привыкли, что перестали их замечать, это, например, обычный запах вашего дома. При этом для каждого человека, существуют свои понятия приятности, неприятности и безразличия, и здесь очень большую роль имеют привычки человека, его окружение, культурные особенности, возраст и многие многие другие факторы. Запахи жизнедеятельности, результатов процесса ферментации и разложения вызывают только негативные ощущения, причем степень негатива тем больше, чем более культурным и цивилизованным человеком воспринимается такой запах.

Говоря о запахах, обычно говорят, пахнет тем или этим, подразумевая источник этого запаха, сами же запахи почти неопишуты словами. «Нулевым» запахом обычно принято считать запах воды (нет, не запах 2000 годов), ведь описывая воду, её характеризуют как жидкость, не имеющую ни цвета, ни вкуса, ни запаха. Тем не менее, каждый наверняка сможет отличить воду от других жидкостей, как по вкусу, так и по запаху. И даже более того, многие смогут определить, была

ли это вода из под крана или кипячёная, бутилированная ли она или святая вода из церкви. Часто можно услышать и такое понятие, как «большие» запахи – так обобщённо называют знакомые всем запахи леса, моря, гор или запах мегаполиса. А также «маленькие» запахи – слабо различимые, трудно передаваемые и зачастую неопиcуемые индивидуальные запахи.

На данный момент объяснение сущности запаха дано двумя главными теориями: химической и физической. На самом деле их гораздо больше, но так как там каждое слово – это вызов и проваленная проверка уровня образования, возьмём лишь эти две. По физической теории, запах считается электромагнитной волной, излучаемой пахучими веществами, тут деятельность запаха, объясняется примерно так же, как свет или звук. В подтверждение этой теории проведено немало опытов и экспериментов, например, было определено, что все душистые вещества сильно излучают инфракрасные лучи, волны определенного диапазона. Спектры их излучений состоят из волн длиной от 1 до 100 микрометров, и у каждого вещества – свой спектр. Иногда он довольно сложный и состоит из целого ряда ярких полос, где им соответствуют волны, на которых молекула «радирует особенно громко». Если простыми словами, молекула вибрирует, излучая при этом электромагнитные волны. Физическая теория объясняет одни аспекты запаха, но оставляет без ответа многие другие. С химической теорией мы уже ознакоми-

лись в предыдущей главе, так как принято считать её более основательной и весомой. Однако обе эти теории особо не противоречат одна другой и даже немного дополняют друг дружку, делая всю картину более цельной. Тем не менее, химия сейчас целиком властвует над царством запахом, ведь именно химия позволила синтезировать, объяснить и даже предугадать почти все пахучие вещества.

Действие запахов объясняется таким процессом, как диффузия – процесс взаимного проникновения одних молекул вещества в другие. Основная причина диффузии, это постоянное движение молекул и стремление их к равновесию. При этом перенос вещества обычно происходит из области с высокой концентрацией в область с низкой концентрацией. Диффузия происходит в трех средах: в газах, в жидкостях, в твердых телах. В газах диффузия происходит быстрее всего, она занимает всего несколько секунд или минут, в жидкостях может занимать от нескольких минут до нескольких часов, в твёрдых телах протекает на протяжении нескольких лет. Диффузия представляет собой химический процесс на молекулярном уровне и определяется случайным характером движения отдельных молекул, однако все виды диффузии подчиняются одним законам. Так, скорость диффузии пропорциональна размерам площади образца, а также разности концентраций и температур. Диффузия будет в четыре раза быстрее протекать в образцах площадью в 2 см^2 , чем в образцах с площадью 1 см^2 . Также диффузия будет быстрее,

если перепад температур на одном образце будет 10°C вместо 5°C .

Итак, действие запахов основано на такой химической реакции, как диффузия, причём касательно нас с вами, эта диффузия будет происходить в газообразной среде. При этом большинство ароматических веществ – это жидкие смеси или растворы, нанесённые на довольно твёрдые вещества. Процесс диффузии также касается и парфюмерной продукции, и да, мы постепенно начинаем говорить о парфюмерии. Пахучее вещество, нанесённое на поверхность кожи, начинает процесс диффузии, чтобы содержание ароматических молекул на поверхности кожи и в окружающей воздушной среде стало равным. Скорость и продолжительность этой реакции будет зависеть от большого количества самых разных факторов, однако принцип действия будет таким же. Надеюсь, шестерёнки начинают крутиться, а картинка начинает слаживаться воедино, ведь про многие очевидные вещи, либо забывают, либо не знают вообще. Этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока концентрация молекул в двух разных средах станет равной, т.е. скорее всего, бесконечно, ведь воздушная среда имеет, примерно, массу $5,2 \cdot 10^{18}$ кг в атмосфере, что явно намного больше массы любого ароматического вещества. Не смотря на бесконечность этого процесса, для человеческого обоняния этот процесс вполне конечен, ведь после пересечения порога концентрации или порога восприятия запахов, пахучее вещество восприниматься

больше не будет. Пороговая концентрация – это такое количество пахучего вещества в среде, ниже которого запах не ощущается. Она обычно определяется числом молекул в 1 см³, в 1 литре или в 1 грамме воздуха, и каждое вещество имеет свою пороговую концентрацию. Некоторые, самые интенсивные вещества имеют порог восприятия в 10-14 или 0,000000000000001 грамм на литр воздуха, другие же 10-8 или 0,00000001 грамм/литр или больше. Цифры страшненькие, но суть вы должны уловить. И вот за счёт этих крохотных веществ, рассеянных в воздухе, мы и другие живые организмы способны ощущать запахи.

Столь крохотные невидимые глазу частицы способны оказывать довольно заметное воздействие на самые разные виды растений и животных, и даже на нас с вами. Растения своими запахами привлекают определённых представителей фауны, либо наоборот – прогоняют их прочь. Жизнь насекомых, например муравьёв, пчёл или бабочек, практически полностью построена на запахе, служащим ориентиром в пространстве и являющимся сигналом свой/чужой для всего муравейника или гнезда. Более развитые и крупные позвоночные животные также прибегают к применению запахов с целью мечения территории, что позволяет им получать различную информацию о проживающих на данной территории особях – их количестве, возрасте, поле и многом другом. Ваша любимая собачка, кошечка или медвежонок (здравствуй Винни!) наверняка также метит, зачастую просто тряся, свою соб-

ственную территорию, а также своё излюбленное спальное место, и вообще имеет обыкновение «разнюхивать» всё на своём пути. Многие наверняка слышали, видели или сталкивались с такими пахучими животными как скунсы, которые вообще взяли запах себе на вооружение и, в случае опасности, не забудут обдать обидчика мощным «ароматом». Такое оружие не просто неприятно или раздражает, оно имеет свойство надолго лишить агрессора возможности обонять другие запахи вокруг. Настоящий же аншлаг в природе начинается, когда определённые запахи околополовых органов сигнализируют о готовности к размножению или спариванию... Что же касается человеческого вида, то всё почти также... Почти... Вот вам стишок на эту тему (не собственного не моего не сочинения, но тем не менее, очень красивый и очень к месту).

Есть запах – у Цветов и у Дождей.

Есть запах – у Поступков и Желаний.

Есть запах – Встреч и запах Ожиданий.

Есть запах – «Нет, Не надо» и «Скорей»...

Есть запах тот – что трогает случайно.

Когда идешь в толпе среди людей.

И Сердце вдруг забьется чуть быстрее,

Когда коснулся запах вскользь, нечаянно.

Есть запах – Встреч и запах Тишины.

И запах утром кофе... запах Счастья —

Когда проходят мимо – все Ненастья.

Есть запах просто, называется он – ТЫ.

Есть запах – мокрых улиц, запах света.

Есть запах шаурмы из-за угла.

Чем пахнет Мир? – в котором Пустота,

И... Мир – в котором... нет... ответов... Юлия Бушева

Говоря о запахах, не имеет значения, нравится он или не нравится – запах просто есть, при этом он может выполнять определённую роль, а может просто давать о себе знать безо всякой веской причины. Эмоционально окрашенные запахи принято называть уже несколькими другими словами. Эмоционально отрицательно воспринимаемые – неприятные раздражающие запахи, от которых хочется убежать или избавиться, называют вонью. Об этом мы говорить, почти, не будем. Давайте лучше поговорим об эмоционально-положительных запахах, называемых ароматами.

5. Аромат

– Не торопитесь, молчите, вкушайте!

Итак... Аромат, в отличие от запаха, является более эмоционально позитивно окрашенным, плюс является более сложным и разнообразным. Слово произошло от греческого *aroma* и означает – всё благоухающее. Вместе с положительно возникающими эмоциями от ароматов, меняется и общее мироощущение человека, что отражается на различных физиологических аспектах организма. Кроме того, ароматы способны надолго запечатлеваться в памяти и в дальнейшем, могут вновь воскресить в памяти все подробности и обстоятельства первой встречи с этим ароматом. И это влияние довольно велико, и возможно благодаря этому, у аромата появилось другое, переносное значение, означающее нечто неуловимое, но оставляющее незабываемый отпечаток. Именно эта неуловимость – чётко возникающее ощущение, которое тут же способно исчезнуть, чтобы вновь напомнить о себе позже. Именно этот бесконечный поиск, сопровождаемый радостью нахождения, оканчивающийся закономерной утратой, и составляет наибольшую ценность любого аромата.

Практически во всех культурах принято, условно конечно, что приятное благоухание – есть добро, а вот отвратительное зловоние – есть зло. Святые пахнут волшебным, демо-

ны – воняют смрадом. Более того, дурной запах на протяжении всей человеческой истории часто считали причиной болезней и самых разных проблем, а вдохнув такой воздух, как считалось, отравленный миазмами, можно также заразиться. Даже сейчас, генетическая память, связанная с обонянием скажет вам опасаться неприятных запахов, тогда как приятные ароматы, или хотя бы нейтральные – всегда в почёте. Более того, в восточных странах, в ходу такое убеждение, что дурные мысли человека и низкие поступки, которые он совершил – смердят. «Красота внутреннего человека и ароматичность его излучений неотделимы друг от друга», скажут вам индийские йоги. В любом случае, фраза «...от вас воняет...» может стать более серьёзным ударом, чем хук справа профессионального боксёра, даже для физически крепкого, самодостаточного, уверенного в себе и психически уравновешенного человека. Такие слова могут надолго засесть в сознании и разрушать самооценку, а также могут мешать нормальной коммуникации с другими людьми. Надеюсь, мысли типа, заткнись и бери мои деньги, уже появились... Но я продолжу...

Запах воспринимается как аромат, при выполнении двух главных требований. Первое, это физиологическая или даже генетическая приязнь, если запах безопасен и не сигнализирует о приближающейся опасности, второе – социокультурная приязнь, если запах принят с учётом социальных и/или культурных особенностей самого человека, семьи, народа и

т.д. Касательно физиологической приязни, то тут для большинства народов мира наблюдаются довольно общие закономерности, а вот все социокультурные особенности, даже одного, вполне конкретного индивида, разобрать довольно сложно.

На этом моменте хочется немножко развить мысль, пофилософствовать и просто выразить некоторые наблюдения. Рассмотрим различия в западном и восточном мировоззрении. Отношение к ароматам, как и ко многим другим вещам, конечно же, в этих культурах довольно различно. Самое большое различие лежит в сфере религиозной или около религиозной, тут сложно описать различия одним словом, ведь само понимание религии в этих культурах различно. Но мы разберёмся. Для восточного человека вопрос: верить или не верить, обычно не стоит. Целый комплекс убеждений, верований и определённое мировоззрение окружает и сопровождает восточного человека на протяжении всей жизни. Для западного человека, религия это обычно его собственный выбор – я верю или не верю, верю в этого Бога или в какого-то другого, причём вера эта носит более условный характер и значительного влияния на жизнь или образ жизни не оказывает. Для западного человека с его критическим мышлением тема религии вообще всегда подвергается сомнению, а если проблесков собственных мыслей не наблюдается – то просто полностью проглатывается и становится фанатизмом. Для восточного человека, ответ на вопрос: «А

есть ли Бог?», ответ «Бог везде и нигде!» полностью устраивает и вписывается в его систему понятий, нисколько не противореча его убеждениям, а вот степень веры – это его личный выбор. Для восточного человека в целом характерна большая целостность мышления: человек является частью природы, при этом сам человек является сложной взаимосвязанной телесной разумной духовной сущностью, и эти понятия не требуют фактов или доказательств и понятны ему на интуитивном уровне – всё связано со всем. Для западного человека в этом плане характерно разделение понятий, природа отдельно, человек – отдельно, сам же человек либо тело, либо разум, либо душа, и никогда всё это вместе. Возможно, именно эти различия позволяют западному человеку так активно захватывать мир и править им.

На определённую волну вы уже должны были настроиться, поэтому теперь – ароматы. Ароматы, не имеющие чёткого материального состояния и являясь почти эфемерной тонкой материей, всегда привлекали к себе повышенное внимание, сопровождаемое таким же повышенным непониманием. На востоке ароматы могут окружать человека повсеместно, сама религия может этого требовать, и через ароматы, не имеющие чёткого физического воплощения, может происходить связь с Богом. Для западного мира, ароматы – это просто такие вещества, не имеющие чёткого физического состояния, не видимые невооружённому человеческому глазу, но ощутимые для обоняния и создающие определённое на-

строение. Если сказать «аромат есть, и его нет», для восточного человека это вполне будет подтверждаться его личным опытом, а система мировоззрения не станет противоречить этому высказыванию. Для западного же человека... Вы и так знаете, это высказывание либо подвергнется критическому мышлению, с требованием убедительных фактов, и не получив их, будет названо своего рода мистицизмом, либо просто примется на веру со словами «разумеется», без полноценного внутреннего понимания. В современном глобализированном мире эти различия стираются, но откуда растут ноги нужно всё-таки понимать. Можете здесь немножко сами пофантазировать, помедитировать и выполнить пару дыхательных упражнений или йогических поз, я же иду вперёд и встречу вас дальше. Обещаю.

Аромат у человека может вызывать положительные ощущения и ассоциации, а может их и не вызывать, но при этом всё равно оставаться ароматом. Положительные ассоциации, это обычно пищевые, связанные с безопасностью, уютом и комфортом, интимные или сексуальные. Такие ассоциации обычно сопровождаются соответствующими физиологическими реакциями: углубленным дыханием, нередко – снижением артериального давления и некоторым расслаблением мышц при пребывании в зоне действия приятного летучего ароматного вещества. Многие различия в отношении к ароматам будут основаны на различиях в этих ассоциациях, и если культурные особенности схожи, то будут и схожи ас-

социации. У жителей мегаполиса, питающихся в заведениях быстрого питания, и у эскимосов, пищевые ароматические ассоциации будут сильно отличаться. Про особо «ароматные» деликатесные сыры, как Рокфор, например, слышали многие, но вот попробовать такое отважится далеко не каждый. Ассоциации домашнего комфорта и уюта также могут быть очень различны у людей, живущих в условиях дикой природы и у живущих в условиях сельской жизни, а уж о различиях с обитателями городских джунглей и говорить не стоит. Интимные ассоциации также очень многочисленны и разнообразны, тут также многое зависит от принятых привычек и культурных особенностей. Можете поинтересоваться где-нибудь в другом источнике, об интересных особенностях интимной жизни разных народов мира. Между прочим, по запаху обычно происходит разграничение людей и народов, по принципу свой/чужой, зачастую из-за одного лишь этого фактора возникают различные расовые недоразумения, предрассудки и даже гонения (это надо было бы написать в главу про запахи, но вы ведь и так всё это знаете).

Дополнительные сложности вызывает также и тот факт, что один и тот же запах может восприниматься и как вонь и как аромат, например, в зависимости от концентрации пахучего вещества. Если запах будет не совсем уместен ситуативно, то он тоже может стать негативно окрашенным, со всеми вытекающими последствиями, также как внезапный смех на похоронах или онемение конечности во время заплыва

на стометровку могут вызвать определённые неприятности (хотя я не знаю ни одного случая, где онемение было бы к месту).

Столько всего про различия, давайте обсудим и что-нибудь общее на тему ароматов. Максимально общим можно назвать действие афродизиаков – ароматических веществ, стимулирующих и повышающее половую способность и влечение, или подготавливающее противоположный пол к проведению полового акта. Существуют также и анафродизиаки, которые наоборот, подавляют и понижают сексуальные способности партнёра. Воздействие их происходит очень тонко, деликатно и почти незаметно, но вызывает значительные изменения в поведении живых организмов. Они, таким образом, создают баланс в процессах размножения, что служит на пользу всего биологического вида. По некоторым данным, к анафродизиакам относят и женские слёзы – заплакала и сразу стала не интересна противоположному полу. Если развить эту мысль, то насильники, получается, имеют в своей голове ошибку, которая делает женские слёзы для них, афродизиаком. Но это скорее рассуждения на вольную тему, особых фактов и доказательств здесь недостаточно, но просто возьмём себе это на заметку. Перечень афродизиаков у многих народов и различных культур довольно схож и обычно ограничивается лишь ареалом доступности тех или иных пахучих материалов, связанных с климатическими особенностями местности.

Перейдём к общему в парфюмерии. Вся парфюмерия несёт в себе только ароматы – эмоционально положительные запахи, созданные специально для того, чтобы нравиться. Конечно же, любое утверждение, вида: все, всегда, никто, никогда в корне своём содержит ошибку и так утверждать как минимум, не корректно (да, да, выражений все мужики – козлы, все бабы – стервы, меня никто не любит, все меня ненавидят это тоже касается). Но вот касательно ароматов парфюмерии в условиях современного мира, стремящегося к унификации, то это всегда ароматы. Другое же дело, если аромат нравится недостаточно сильно и соответственно, вызывает недостаточно положительных эмоций, но и в этом случае говорить «не нравится» не стоит. Выражение «Мне не нравится этот аромат!» – подразумевает под собой негативное и отрицательное отношение к эмоционально положительному запаху... Когнитивный диссонанс, однако... Те, кто внимательно прочитал все вышенаписанное и хорошо всё запомнил, сейчас наверняка заметят, что раз уж и «Бог есть и его нет», и «Аромат и есть, и нет» то уж и отрицательное отношение к положительному аромату – норма и несколько ни противоречит само себе. Да, спасибо вам. Ощущать своим лицом падение на землю всегда действует на меня довольно ободряюще, причём намного лучше, чем кофе. К сожалению, определённая информация принимается только при наступлении определённого момента, с появлением какой-то внутренней потребности в её понимании, только тогда эта

новая информация воспринимается и принимается как надо. Такие ситуации обычно называют откровением. Иногда для этого просто надо время... Иногда, этому способствует сторонний импульс... У вас есть и то, и другое... Чтобы добить вас окончательно, приведу сюда выражение знаменитого оксюморониста Парацельса: «Всё есть яд, и всё есть лекарство».

Вот очередной стишок в тему, который нашёл меня и попросил собой поделиться.

Какое на запах счастье?
Счастье пахнет свободой,
Свободой души от оков.
Счастье пахнет погодой
Внутри кучевых облаков.
Счастье пахнет росой
На заре и закате дня.
Пахнет морскою водою,
Легким бризом пьяня.
Счастье пахнет цветами,
Солнцем нежным и ясным...
Счастье! Оно пахнет нами!
И всё пахнет счастьем!

Счастье пахнет всем, и всё пахнет счастьем! Rina_M

Получилась немного не понятная, довольно расплывчатая и эфермерная глава, но как мне кажется, она полностью соответствует сущности ароматов. А вы как считаете? Ну и,

малюсенькое замечание на полях (почти как круги странной формы на полях кукурузы): не поднимать тему религии, если не хотите развязать мировую войну. Я конечно, рискнул... надеюсь обойдётся. Идём дальше, опять будем плавать в «воде» новой главы.

6. Функции

– В итоге смысл жизни сводится к тому, чтобы поймать язык зевающего кота.

Человеческое обоняние, даже не смотря на то, что и является на данный момент почти атрофированным органом чувств, способно улавливать и различать тысячи различных запахов и ароматов самого разного происхождения. Конечно же, нос той же собаки способен различать миллионы разных запахов и даже едва уловимые, причём на намного большем расстоянии. Но если же рассматривать, другие органы чувств человека – слух, зрение, вкус и осязание, то обоняние, вопреки расхожему мнению, совсем нельзя назвать самым «слабым» чувством. Таким образом, способность воспринимать и различать огромное количество запахов и ароматов у нас есть, но вот только сознательно описать и объяснить их мы почти не способны. И в этом плане, парфюмеры – создатели ароматов, всего лишь, также как музыканты или художники, лишь имеют обширные, определенно-структурированные знания в своей области.

Влияние обоняния на жизнь человека весьма обширно, так, без ощущения запахов, почти невозможно воспринимать вкус пищи. Несмотря на то, что мы редко прямо говорим об ароматах, в нашей речи, почти на бессознательном уровне, описание обонятельных впечатлений присутствует

почти всегда. Воспоминания, о каком бы то ни было путешествии обычно сопровождают фразами «Там такая невероятная атмосфера!», а впечатления от знакомства с новым приятным собеседником часто выражают словами «От него/нее исходит какая-то особая аура – необычная, но притягательная» но при этом очень редко спрашивают: «Где были, что нюхали?» или «Как тебе он/она, приятно пахнет?». Обычно человек довольно быстро реагирует на запах, хотя бы на уровне «нравится/не нравится», это, кстати, называется гедонистическим разграничением ароматов, но последующая «дешифровка» запаха регулируется социальными и культурными установками. И вот тут культура и социальное воспитание большинства национальностей, делает любой запах не обсуждаемым и как бы выносит аромат за рамки восприятия, всячески ограничивая обсуждение всего, что связано с обонянием. Причиной этому явлению принято считать тот факт, что обоняние тесно связано с животной историей человека, а так как о не самых лучших родственниках лучше не упоминать, то не упоминают и обо всём том, что с ними связано. Но как говорится, человек, всё-таки, животное (тот же, кто считает иначе, ещё и глупое животное), но боязнь своей животной стороны, а также боязнь своего подсознания или опасение потери сознательного контроля над собой ещё долго будут править балом, не давая хотя бы равноценного отношения к обонянию, как к остальным органам чувств. Давайте всё же перейдём к функциям обоняния, и заодно к

функциям обоняния, касательно парфюмерии.

Первая, самая главная, основная, жизненно необходимая и просто очень приятная функция обоняния связана с пищей – это определение степени съедобности и безопасности запахов еды и воды. Эта функция существует для поддержания полноценной жизнедеятельности организма и напрямую связана с его дальнейшим развитием и ростом. Наше обоняние в данном случае сигнализирует человеку о том, что можно с удовольствием съесть, а от употребления чего в пищу следует воздержаться. Хорошая функция, очень полезная, да и просто необходимая, но... Если рассматривать ароматы парфюмерии, то в таком случае эта функция обоняния играет совсем не в нашу пользу. Большинство людей, пробуя парфюмерные ароматы в магазине, именно так и реагирует на тот или иной аромат: этот нравится, а этот не нравится, что подразумевает под собой это съедобное, а это не съедобное. Простейшая реакция нравится или не нравится на ароматы – это признак работы главной функции системы обоняния и таким образом съедобные ароматы будут нравиться всегда. Особенно явно это проявляется в реакции детей на ароматы: им всегда нравятся запахи фруктов, конфет, булочек и прочего, но совсем не нравятся непонятные ароматы «взрослых» духов. Итак, простейшая реакция нравится/не нравится на запах, это лишь ваше сообщение о готовности или не готовности съесть то, что перед вами. Спешу вас разочаровать, почти вся парфюмерная продукция, за исключе-

нием специально созданной для применения внутрь (да, такая есть), к принятию в пищу не рекомендуется, и даже более того, строго противопоказана. Назревает закономерный вопрос, зачем же при пробе парфюмерии человек реагирует именно так? Возможно, они не знают, что перед ними не съедобный продукт. Возможно, но надеюсь, что знают. Возможно... В начале я уже сообщал, что тут мы будем стремиться только к максимально конкретным фактам, данным и закономерностям, которые распространяются на всех, поэтому возможное рассуждение на тему «возможно» оставим. Человек именно так реагирует на ароматы зачастую потому, что иначе реагировать не может или не умеет. Чтобы описать любой запах вербально, словами, необходимо иметь определенные знания, навыки и опыт, или сразу всё перечисленное.

– Чтобы описать, чем пахнет или на что похож, необходимо как минимум, ранее попробовать представленный запах или что-то похожее. Чтобы определить шипровый аромат, необходимо попробовать его ранее и быть информированным в том, что это был именно шипровый аромат.

– Чтобы определить, как пахнет, надо не только иметь представление о свойствах различных ароматов, но иметь хорошую описательную речь, особо богатую различными эпитетами. Попробуйте сами описать свой любимый запах или аромат: сильный он, или слабый, мягкий или крепкий, влажный или сухой, успокаивающий или бодрящий, строгий или взбалмошный, дальше сами... в помощь вам небольшой

список эпитетов в конце.

– Чтобы выразить вызываемые чувства или ассоциации, нужно, кроме всего прочего, владеть определенной долей фантазии и развитым мышлением. Ваш любимый аромат может создавать для вас ощущение комфорта, безопасности и уюта, а может, именно так для вас пахнет счастье или радость, ну, или же, примерно так по вашему представлению, пахнет на космическом корабле, проплывающем возле Сатурна, когда раскаленные солнечные лучи растекаются по костюму скафандра. Такое углубленное и полноценное восприятие ароматов подразумевает под собой задействование ещё и функций разума в различных его проявлениях, а не только функции обоняния.

Следующей функцией обоняния можно назвать все, что связано с безопасностью – обоняние предупреждает о смертельно опасных запахах в окружающей среде для человека. Если вдруг где-то недалеко пожар, по запаху дыма и гари мы можем это определить и, конечно же, вопреки действию функции обоняния, понестись навстречу с уже включённой камерой на телефоне. Запах испортившейся еды также передаёт определённый сигнал нашему обонянию, снижая вероятность её поедания к минимуму. Если вдруг, вы забудете включённую плиту с готовящимся ужином, то очень скоро обоняние вам сообщит об уровне безопасности такого события, учащённое сердцебиение и соответствующий выброс энергии мгновенно заставит вас нестись сломя голо-

ву, опять-таки, в направлении источника запаха. Смертельно опасные и ядовитые газы также обычно наделяют неприятным запахом, чтобы человек мог понять, что подвергается действию вредного вещества и предпринять какие-либо меры. Вообще, потенциально любой неприятный или незнакомый нам запах или аромат, сообщает нам проявлять бдительность и пристально следить за его источником – просто на всякий случай. Тут и без меня всё понятно, но надеюсь, что я хоть немного вас развлёк и избавил от проблемы поиска, чем бы занять свободное рабочее время. Переходим к действию этой функции в парфюмерии. Любой незнакомый нам парфюмерный аромат будет вводить нас в слегка тревожное ощущение, а сам источник этого аромата будет рассматриваться, как своего рода агрессор. По истечении небольшого промежутка времени и убедившись в безопасности источника незнакомого нам аромата, мы станем уже более спокойно и внимательно воспринимать его. Но эта функция обоняния уже может сыграть свою отрицательную, в этом контексте, роль и вы, стремглав, устремитесь к более знакомому вам аромату, чтобы не подвергать своё душевное спокойствие очередному невыносимому ольфакторному испытанию. Счёт 2 : 0, и совсем не в нашу пользу.

Очередная функция обоняния основана на сильном влиянии запахов и ароматов на эмоции и чувства человека, которые позволяют получать удовольствие. Запахи и ароматы в кратчайшие сроки способны кардинально менять наше на-

строение, наши конкретные впечатления и даже мироощущение в целом. Ничего особо могло и не поменяться, ты вроде тот же/та же, что минуто назад, находишься там же, занят тем же, но добавив сюда аромат, всё может перевернуться. И то, что только недавно было источником раздражения, станет... не таким уж плохим. Вот уже приятное удовольствие начинает растекаться по вам, медленно и неспешно, как мёд, тщательно обволакивая каждую вашу клеточку. Это воистину волшебная функция обоняния и такие сверхъестественные возможности у ароматов всегда могут обрадовать и приятно удивить любого, даже самого закоренелого сухаря (как я, например). Но ароматы не смогут воздействовать на нас эмоционально, пока не пройдут проверку от первых двух функций и не получат письменного разрешения, с необходимой печатью здесь... и здесь, а также подписью начальника вот в этом месте... и ещё вот здесь..., и с обратной стороны ещё нужна заверенная гербовая печать директора, а вы, кстати сами, не забыли расписаться, вот в этом месте... как вам не сказали, говорили и не раз, это вы сами об этом запомнили... Эта функция обоняния очень мощная, но она очень сильно регулируется внутренними установками и воспитанием. Но можно просто выдать себе разрешение на получение удовольствия от ароматов. Попробуйте сделать это, может, у вас получится. У меня ведь получилось. Да и у немногих других тоже. Дурной пример, как говорить...

И, конечно же, обоняние играет определённую функцию

и в интимной сфере бытия. Даже просто обнимать человека, запах которого вам не приятен, то ещё удовольствие. Если вдруг вам совсем необъяснимо как, но безумно тянет или же наоборот, если отталкивает от какой-либо личности, то это, скорее всего, ваше обоняние потрудились, выяснило всю подноготную информацию и выдало свою рекомендацию. Влияние на интимную сферу сильно взаимосвязано с функцией получения положительных эмоций и удовольствия, но является ещё большим табу в обществе, а роль обоняния в обществе в целом, не на самом высоком уровне. Вот представьте, юная невеста рассказывает матери о том, что её потенциальный жених, невыносимо воняет, да так, что находится рядом, не выносимо. Если жених умный, красивый, образованный, работает на хорошо оплачиваемой работе, да ещё и сама мама хорошо знакома с его родителями, то доводы, основанные на обонянии невесты, будут восприняты как прихоть маленькой инфантильной девочки, независимо от её возраста. Представителя Homo sapiens, т.е. Человека разумного, принято считать существом, у которого интеллект и функции разума преобладают даже над инстинктами. Порой, даже инстинкт самосохранения подвергается сознательному подавлению разумом. Половой инстинкт, соответственно также может подвергаться, впрочем, и подвергается, определённому подавлению со стороны разума. Культура и общество, за исключением некоторых субкультур, также всячески призывает подавлять свои инстинкты, а разум и

умственные функции развивать. Это не плохо и не хорошо, но именно это происходит повсеместно. И, опять-таки, эта функция, не смотря ни на что, очень мощная. Возможно, именно из-за того, что подвергается сознательному подавлению. Как говорится, запретный плод... в карман не положишь...

Весь путь функций обоняния человека можно довольно просто охарактеризовать на примере новорождённого ребёнка. В первые годы своей жизни человеческое дитя подвергается воздействию различной информации поступающей в органы чувств из окружающего мира, но зрение ещё имеет слабый фокус и не способно полноценно воспринимать окружающий мир. Звуки играют роль, но характеризуются по-простому, громкие и неожиданные – пугают, тихие и спокойные – успокаивают. Вкусовые ощущения сложно получить, не облизав хотя бы чего-нибудь, и тут без посторонней помощи не справится, поэтому все возможные новые вкусы целиком зависят от родителей. Для ребёнка настоящее раздолье начинается в сфере тактильных и обонятельных впечатлений, посредством которых и начинается знакомство с миром. Получать различные тактильные ощущения также непросто в силу своих ещё ограниченных физических возможностей, зато обонятельные можно легко и просто получать и на расстоянии, без посторонней помощи. Плюс, желание облизать что-то без соответствующих обонятельных возможностей, было бы не так велико. По мере взросле-

ния и формирования других органов чувств обоняние утрачивает свою первоначальную значимость. Одновременно с этим происходит атрофия, отмирание, волокон обонятельного нерва. Уже в течение первого года жизни острота обоняния человека снижается примерно на половину, а дальнейшая скорость и степень ухудшения способности распознавать запахи зависит от индивидуальных особенностей организма, пола, образа жизни и воздействия различных факторов окружающей среды.

Между прочим, именно из-за огромного поступления различных воздействий на все органы чувств, ребёнку необходимо много отдыхать и побольше спать – мозг этого требует, чтобы обрабатывать всю поступающую информацию. Взрослые также довольно сильно устают по этой же причине, хотя многие этого даже и не знают. Давайте в этой теме немного поковыряемся, просто для общего развития. Большинство даже и не подозревают, что для нашего мозга, практически всё вокруг является информацией, требующей внимания и последующей обработки. Если вы просидите на диване перед телевизором, мозг устанет примерно так же, как и при определённой физической работе, не требующей особо напряжённой мыслительной деятельности. Любой человек считает, что информация – это новые для него знания, факты, идеи, мнения, мысли и т.п. Но вот для мозга информация – это совокупность:

- визуальной информации, получаемой органами зрения;

- звуковой информации, воспринимаемой органами слуха;
- тактильной информации, получаемой из тактильных рецепторов организма;
- вкусовой информации, получаемой вкусовыми рецепторами и
- обонятельной информации, воспринимаемой органами обоняния.

Лежание на диване и любая другая деятельность будет сопровождаться воздействием всех этих видов на ваш мозг и на ваш организм в целом, и различие в их интенсивности, в большинстве случаев, будет оказывать совсем не большое влияние на конечный результат. Поэтому, если вы целый день проведёте в кинотеатре за просмотром ярких и шумных блокбастеров, поглощая кучу пищи и напитков, а также активно ёрзая попой по креслу в поисках удобного положения с одновременным обонятельным восприятием всех и вся вокруг, можете сказать, что устали от всех впечатлений примерно так же, как от длительной напряжённой работы на заводе.

Напоследок, в этой главе, поиграю немного на вашем чувстве сострадания и приведу один отрывок. Запах – великая сила. Обонятельные ощущения воздействуют на нас на физическом, психологическом и социальном уровнях. Однако в большинстве случаев мы вдыхаем окружающие ароматы, не осознавая в полной мере их значения в нашей жизни. Вот,

как выразил свое мнение человек, утративший обоняние в результате черепно-мозговой травмы: «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».

7. Влияние

- А с чем у вас пирожок?
- С моим будущим лишним весом.

Запахи и ароматы способны оказывать различное воздействие на организм человека, быстро всасываясь в кровь и мгновенно распространяясь по всем органам. Ароматические вещества способны успокоить человека, замедлив частоту сердцебиения или даже снизить артериальное давление, а также могут помочь нормализовать дыхание, сделав его более глубоким. Другие же ароматы, способны наоборот, взбодрить и зарядить энергией, так необходимой для выполнения всех своих повседневных дел и обязанностей. Определённые ароматы, особенно растительные, богатые фитонцидами, обладают бактерицидными, антибактериальными и противомикробными свойствами, и способны очищать воздух или поверхность кожи от вредных микроорганизмов. Запахи также способны изменять работу различных систем организма, самый очевидный пример – усиление выработки слюны и пищеварительных соков от аромата любимой еды.

Лечением ароматами занимается такое альтернативное направление медицины, как ароматерапия. Ароматерапия не имеет конкретного значения в толковом словаре, но её принято называть лечением ароматами. О полезных веществах, содержащихся во многих растениях – эфирных маслах, из-

вестно с древнейших времён и применение им находилось во многих сферах. Приятное ароматное эфирное масло способно одновременно оказывать как физиологически полезное действие, так и создавать положительный психологический эффект. Такие действия и эффекты эфирных масел могут быть самыми разнообразными: это и болеутоляющий эффект или анти-воспалительный, это может быть иммуностимулирующее действие или спазмолитическое. Может рассматриваться в качестве антидепрессанта или для укрепления нервной системы. Может применяться для защиты от насекомых или вредителей или даже для усиления потенции. Применяются эфирные масла в ароматерапии обычно в виде ингаляций, как в прямом виде, при непосредственном вдыхании через ингалятор, так и непрямым, когда аромат просто распыляется в помещении. Особое место занимает массажная ароматерапия, когда приятный и полезный массаж сопровождается растиранием эфирных масел по коже. Однако использование ароматерапии должно быть, в первую очередь, безопасным и полностью соответствовать принципу, приписываемом Гиппократу – «не навредить!». Большинство эфирных масел, являются достаточно сильнодействующими, поэтому перед применением их необходимо разбавлять, а также избегать попадания, даже их испарений, в глаза. Внутрь принимать их строго не рекомендуется вообще, так как большинство эфирных масел – токсичны для человека. Также многие эфирные масла довольно фоточувстви-

тельны и окисляются при попадании на них солнечных лучей, поэтому после нанесения на тело следует ограничивать воздействие света на эти участки. Кроме того, первым делом, необходимо удостовериться в отсутствии аллергии или аллергических реакций на тот или иной компонент.

Отдельно стоит упомянуть, что наряду с натуральными эфирными маслами, сейчас довольно часто можно встретить и искусственно ароматизированные масла, эфирные масла синтезированного происхождения или просто натурально-восстановленные масла низкого качества. Плюс ко всему, под видом эфирных масел растений часто можно найти и таких представителей флоры, у которых эфирные масла в принципе отсутствуют. Например, не существует эфирных масел ландыша, сирени, яблока, земляники, арбуза, огурца, персика, банана, дыни и многих других, т.к. эти растения не являются эфиромасличными культурами. Такие масла не будут оказывать своего потенциально полезного действия, хотя и будут обладать соответствующим запахом. Достоверно точно определить натуральное эфирное масло от любого другого можно с помощью хроматограммы, что сделать обычному человеку в домашних условиях невозможно (хотя...). Но при этом считать, что 100% натуральные эфирные масла = 100% полезные и безопасные эфирные масла ошибочно. Из первого никак не следует второе, в большинстве же случаев, эта кажущаяся нам такой достоверной формула, на деле является рекламным воздействием средств массовой

информации, которая просто стала привычным шаблоном. В большинстве случаев, действие эфирных масел можно рассматривать только в рамках антибактериального действия или сходного с ним. Остальные виды воздействий, можно приравнять к погрешности и полагаться на них целиком и полностью не стоит. Главный эффект, который стоит ожидать от аромата – это непосредственно получаемое удовольствие, и то без сверхожиданий, фанатизма или наркозависимости. Кроме того, очень многое зависит от психологических установок, как у конкретного индивида, так и у общества в целом. Очень часто, действие одного и того же эфирного масла может сопровождаться кардинально-противоположными реакциями у людей. Например, запах мяты или камфары, которые часто находят применение в медицинских препаратах, могут вызывать как положительный эффект, с ассоциациями «это поможет!», так и отрицательный – «больничкой запахло!». И вот представьте, какие будут впечатления от аромата, при установке на исцеления с его помощью от вялотекущего воспаления хитростных фолликул, передающегося сугубо половым путём, без видимого эффекта излечения. Всё это касается и парфюмерной продукции – сама ситуация в парфюмерной отрасли примерно схожая.

И самое главное, что очень часто выходит из поля зрения: ароматерапия – это всё-таки лечение ароматами, а не лечение полезными свойствами эфирных масел. Сам по себе запах, без вмешательства в его деятельность полез-

ных веществ, в нём содержащихся, способен оказывать воздействие, в том числе и терапевтическое. В целом, резкие, неприятные, высококонцентрированные или пока просто незнакомые запахи обычно повышают давление крови и учащают сердцебиение, а нежные, спокойные и приятные – наоборот, снижают давление, замедляют пульс и вызывают повышение температуры кожи, что расслабляет и успокаивает человека. Плюс ко всему, не стоит забывать и эмоциональное воздействие, которое будучи положительным, или хотя бы ситуационно подходящим, способно творить, куда большие чудеса, чем таблетка, микстура или даже операция (но если надо, то надо). Ведь все болезни, или хотя бы большинство, обильно развивающиеся у городских жителей, так называемые психосоматические заболевания, как говорить-ся, от нервов... А вера в чудодейственность, особо популярная к таким вещам, устройство которых не совсем понятно, в большинстве случаев, основана лишь на банальном незнании или неграмотности.

А теперь вернёмся в нашу реальность и в наши бранные земные тела, летящие через космическую пустоту на огромном куске земли, смешанном с металлом, водой и прочими веществами. Здесь вы уже с нелёгким раздражением, горящим взглядом и крепко сжатым кулаком устремляетесь в мою сторону с немим вопросом, занимающим все ваши мысли: «Так, а что же конкретно делают или не делают ароматы, в конце то концов?» Ароматы не сделают вас умнее, но зато

могут сопровождать вас на образовательном пути, помогая сконцентрироваться или сосредоточиться. Ароматы не делают вас сильнее или выносливее, но могут повысить эффективность ваших тренировок, приободряя и заряжая энергией. Они не вылечат вас от болезней, но могут поддержать вас в процессе выздоровления, успокаивая и развеивая негативные мысли. Не решат они за вас и личные вопросы, связанные с поиском любимого человека, но помогут обратить на себя внимания, или поспособствуют обратить своё внимание на представителя противоположного пола. Ароматы не способны вынести за вас мусор, пропылесосить пол, помыть посуду, почистить вам зубы, сделать уроки, выполнить работу, не вылечат они и от рака, или даже гриппа... Верьте в себя, в конце то концов! Большинство запахов и ароматов для вас – это помощники, способные взять на себя определённые обязанности, вам лишь просто необходимо соответствующе к ним относиться, тщательно выбирать и правильно применять. Но любой директор или управляющий знает, как нелегко бывает найти и договориться даже с самыми выдающимися помощниками. Если же вам обещают, что аромат сделает всю работу за вас, а вам лишь необходимо отправить смс на номер 8-029-147-7X-YZ или перечислить n-ую сумму на указанный счёт, то вам стоит сильно задуматься о том, почему именно вам решили предложить такой чудодейственный метод...

Самый, наверное, известный в мире литературный эпи-

зод, связанный с запахами, содержится в романе Марселя Пруста «По направлению к Свану» из цикла из семи романов «В поисках утраченного времени». Рассказчик приходит в гости к матери, которая угощает его бисквитным печеньем «мадлен». Вкус ароматного печенья, размоченного в липовом чае, внушают ему удивительный беспричинный восторг: «Я наполнился каким-то драгоценным веществом». И вслед за этим странным чувством пробуждаются воспоминания о детстве в Комбре, в городке, где когда-то в детстве он проводил летние месяцы с родными: «Весь Комбре и его окрестности – все, что имеет форму и обладает плотностью – город и сады, – выплыло из чашки чаю». Главный герой, словно вновь получает ключи от утраченных владений, восстанавливая обонятельный пейзаж своего детства. К нему возвращаются запахи «разных времен года, но уже комнатные, домашние, смягчающие колючесть инея на окнах мягкостью теплого хлеба; запахи праздные и верные, как деревенские часы, рассеянные и собранные, беспечные и предусмотрительные, бельевые, утренние, благочестивые... тонкий аромат тишины... сухие ароматы буфета, комода, пестрых обоев и сложный, липкий, приторный, непонятный, фруктовый запах вышитого цветами покрывала». Этот литературный эпизод так попал в точку и так сильно отображал действительное положение вещей, что данный феномен называли в честь автора произведения – феноменом Пруста. Этот феномен, иногда называемый синдромом, а в научных кругах – теорией, от-

ражает процесс обретения воспоминаний, когда один-единственный запах или вкусовое ощущение способны вызвать в воображении объемные сцены из прошлого. Как говорил месье Набоков, «Память воскрешает всё, кроме запахов. Но зато ничто так полно не воскрешает прошлого, как запах, когда-то связанный с ним».

Всё дело в том, что информация о запахах идёт напрямую к участкам лимбической системы – гиппокампу и амигдале. Гиппокамп участвует в механизмах формирования эмоций, консолидации памяти, то есть перехода кратковременной памяти в долговременную, и пространственной памяти, необходимой для навигации. Амигдала же обрабатывает чувственные воспоминания и формирует эмоциональную память. Слаживаем всё вместе, округляем до целого и получается примерно то, что мы и имеем на деле. Результат примерный, потому как работа мозга и деятельность обоняния носит куда более сложный и трудноописуемый характер, но поговорить об этом всё же стоит. Поговорим об этом. Ах да, чуть маленькое умозаключение не проворонил: правильное и адекватное ожидание результата приведёт к правильному результату.

8. Восприятие

- Это что у вас за крупа?
- Перловка.
- А почему она выглядит как гречка?
- Потому что у неё вкус пшена.
- А почему на упаковке написано «рис»?
- Ой, с манкой всегда так.

Чувствительность человека к восприятию запахов характеризуется пороговой концентрацией – минимальной концентрацией пахучего вещества в воздухе, вызывающей обонятельное ощущение. Для многих душистых веществ это значение лежит где-то в пределах от одной миллионной до одной миллиардной доли грамма на литр. Обычно наблюдается прямая зависимость между порогом восприятия и чувствительностью. При этом восприятие запахов конкретного человека нельзя измерить непосредственно никаким прибором, известным на данный момент. Но измерение и вычисление всего вокруг, является для человека, своего рода пристрастием, и для этих целей используют разные непрямые методы оценки запахов. Сюда входит:

- оценка интенсивности, как сильно ощущается запах;
- определение порога восприятия, при какой силе запах начинает ощущаться;
- сравнение с другими запахами, на что похож данный за-

пах.

Такая информация является своего рода алфавитом, позволяющая свободно общаться на тему запахов разным людям, и быть уверенными, что вас поймут так, как надо. К сожалению, такого полного и единого алфавита не существует (хотя может и существует, но он не доступен обычным смертным), поэтому сложностей с возможной характеристикой любого запаха возникает довольно много. Парфюмеры и специалисты, деятельность которых тесно связана с обонянием и запахами, долгие годы специально обучаются такого рода классификациям, одновременно реальным опытным путём проб и ошибок, разбираются во всех тонкостях. Обычному человеку в его повседневной жизни, такая сложная и объёмная информация в принципе не нужна, но при этом, ежедневное взаимодействие с запахами есть. Таким образом, получается, что желание сказать есть, а вот алфавит ещё не выучен (да и зачем, ведь в жизни это всё равно не пригодится, как таблица умножения или знание периодической таблицы Менделеева). В итоге же получается либо детский лепет, либо бред, либо нечто настолько абстрактное, что восприятию не подлежит. Тем не менее, нам на помощь приходит великий выдумщик и весельчак – мозг. Он помогает нам описать, то, что происходит, доступными ему словами, ассоциациями, синонимами, часто просто междометиями или простыми реакциями, вроде закатывания глаз или закрывания носа. А мозг другой стороны, который также является

невероятным кудесником, интерпретирует всё увиденное и услышанное, иногда даже и не увиденное и не услышанное, и делает соответствующие выводы. И теперь всё понятно... Как бы понятно... Достаточно понятно... Но я отвлёкся... Или увлекся... Не важно... Продолжим...

На деле получается, что мы нюхаем мозгом. Знаменитый парфюмер Эдмонт Рудницка писал: «Запах, или собственно обонятельное (ольфакторное) впечатление – это феномен сознания, вызванный действием определенного материала (натуральной эссенции или синтетического продукта)». Эта схема предполагает несколько этапов: действие пахучего вещества – возбуждение обонятельных рецепторов – выработка «ольфакторного послания» – обонятельное впечатление. Из них, наиболее интересна стадия оформления «послания», поскольку именно в этот момент активно подключается смысловое поле культуры. Сигнал попадает в мозг, где он соотносится с другой информацией, то есть попадает в знаковое поле и дешифруется как приятный или неприятный, опасный или, быть может, расслабляющий; далее же следует реакция на уровне поведения и социальных императивов.

Мозг в данном случае руководит процессом и если первая «истинная» реакция человека на тот или иной запах может кое-как проскочить, то в дальнейшем он возьмёт над собой контроль и будет действовать в соответствии с общепринятыми нормами. Несмотря на то, что обоняние кратчайшим путём связано с мозгом, оно подвергается серьёзному воз-

действию, как непосредственно со стороны мозга, так и со стороны воспитания, обучения и процесса социализации в целом. Любого ребёнка с детства приучают, что нельзя говорить вот этому дяде, что от него плохо пахнет вчерашней водкой со свежими сигаретами, просто «не обращай внимания и потерпи немножко». Да и нельзя просто так подойти к мальчику или девочке и сказать «привет, ты вкусно пахнешь!», а то потом придётся на нём жениться/выйти за неё замуж. Любое такое воздействие учит немножко обманывать себя, других или и то и другое, и, конечно же, учит делать это с самыми благороднейшими намерениями. Человека учат, как реагировать на запахи, а вместе с этим меняется и само восприятие, реальность подменяется общепринятой выдумкой. Наглядный пример, это когда человек, без определённого места жительства вносит вместе с собой «благоухание» своего образа жизни в какое-либо общественное место, например, в общественный транспорт. Все, кто оказался в области поражения, мгновенно определяют неприятный источник иотреагируют соответственным образом – поморщатся, вспомнят о тяжести своей нелегкой судьбы, пожалеют о сложности получения разрешения на применение огнестрельного оружия и... продолжают свой путь, стараясь игнорировать окружающую действительность. Могу привести и другой пример, представьте, как мимо вас проходит сногшибательный и обворожительный представитель противоположного пола, от которого буквально магнетически пахнет

страстью и сексом. Мгновенно перед вашим взором предстанет образ бурной ночи, полной головокружительных ласк, образ будет одновременно сопровождаться звуковыми впечатлениями тихих стонов и ласкающего слух нежного шёпота, а ваше тело даже немножко ощутит тепло прикосновений и влажность вспотевшей плоти... А ещё одно мгновение спустя, вы продолжите свой путь, даже не обернувшись вслед уже почти такому родному и близкому встречному незнакомцу/незнакомке, а ваши мысли уже будут сосредоточены о проблемах на работе или учёбе, или том, что бы съесть на обед или какой бы сериальчик посмотреть вечером. Таким образом, получается, что реальное восприятие и собственное мнение человека на запах или аромат оказывается запертым внутри, и вытащить его наружу в таком первозданном виде почти невозможно.

Более того, я открою вам очередной величайший не секрет: ваш мозг может ещё до непосредственного ощущения запаха, решить, понравится он вам, или нет. Особенно сильно это влияние в контролируемых условиях, когда запах появляется не сам по себе, а в результате определённого действия – распыления, открытия, нанесения или любого другого. Ведь тут есть много других разных факторов, на основании которых можно сразу сделать вывод, не дожидаясь представления. Дело в том, что восприятие – это мыслительная функция мозга и независимо от источника, именно мозг будет разбираться с любого рода раздражителем. И такой про-

цесс перехода от относительно простых ощущений к сложным восприятиям является куда сложнее, чем простым сложением отдельных ощущений. При восприятии уже знакомых нам запахов, узнавание их происходит очень быстро – человеку достаточно объединить два-три воспринимаемых признака, чтобы прийти к нужному решению. При восприятии новых, незнакомых нам ароматов, узнавание их гораздо сложнее и протекает в гораздо более развёрнутых формах. Полное восприятие возникает как результат сложной аналитико-синтетической работы, выделяющей одни существенные признаки, тормозящей другие, несущественные и комбинирующей воспринимаемые нюансы в одно осмысленное целое. Наконец, важно и то обстоятельство, что восприятие никогда не осуществляется на элементарном уровне – оно захватывает высшие уровни психической активности. Все эти обстоятельства делают полное и реальное восприятие абсолютно всего, таким, какое оно есть – недостижимым идеалом. Если взять полное восприятие за 100%, то наше восприятие будет широко варьироваться в значениях от 1% до 99%. Таким образом, наш мозг, да и организм в целом, экономит энергию для более важных и более существенных, по его авторитетному заверению, дел.

Восприятие к ароматам, находящимся на границе естественных и сверхъестественных вещей, да ещё и в условиях довлеющей, материалистическо-зрительной культуре, описать, разобрать да и поддерживать не так просто. Кроме

того, возможность полноценного восприятия затрудняется различными ошибками мышления, когнитивными искажениями или просто стереотипами. Разобраться во всём многообразии таких проблем в рамках одной главы вряд ли получится, но с некоторыми мы разберёмся и постараемся избавиться от них и тут, и в повседневной жизни.

Серьёзную роль на восприятие оказывает такая, не всегда полезная штука, как обобщение. Пробуя аромат, мы всегда стремимся определить, на что он похож или чем пахнет, ведь это очень важно для простого понимания и для возможности хоть как-то классифицировать аромат. Но очень часто, буквально в тот самый момент, когда мы подберём необходимый «ключ» к новому, возможно уникальному, аромату, мы вешаем на него соответствующий «ярлык», ставим на него печать «сделано» и идём дальше, с самоудовлетворённым чувством собственного достоинства. Но сам аромат сделан или существует совсем не для того, чтобы его как-то классифицировать. Любая классификация – это лишь подсказка и помощница, помогающая лучше ориентироваться и на её основе выстраивать более понятный процесс коммуникации. Да и вы, наверняка, не профессиональный классификатор, хотя если вам хорошо оплачивают эту нелёгкую работу, и если она приносит вам немало удовольствия, то продолжайте, на здоровье. А так очень часто получается, что действительно интересные ароматы, шедевры парфюмерии и духи, оставившие значительный след в истории, в мгновение пре-

вращаются в: «О, ежевичка!», «А это, вроде персиком пахнет!», «Бабушкины духи!», «Напоминают мой шампунь детства!», «Помню, заболел, и мне мазь прописали – так же пахла». Ключи могут быть самыми разными, но аромат от любого такого ключа для вас становится малоинтересным и скучным, теряет большинство своих полезных свойств и характеристик, да и всё чудо, вместе с волшебством, просто улечиваются. Аромат при этом не изменится, но для вас его больше не будет, он будет, совершенно неосознаваемым образом, похоронен. Поэтому иногда нужно остановить свой поток мышления и дать себе возможности «чистого» восприятия, особенно если это касается чего-то нового и неизведанного для вас. Кстати, освоение такой способности может пригодиться и в других сферах жизни.

Следующим, экономящим ваше время и силы фактором, при этом отрицательно способствующим восприятию, является искажение. Если при пробе аромата, вам будут показывать разные видеоизображения или картинки, несущие различную смысловую нагрузку, восприятие аромата от этого будет сильно меняться. Проба аромата в тишине будет отличаться от пробы аромата, сопровождаемого интересным и содержательным рассказом. Дегустирование же аромата в недружелюбной или агрессивной среде, скорее всего, не даст воспринять аромат вообще, либо соответственно вызовет лишь сугубо негативные эмоции. Определённым образом на восприятие влияет цвет, как цвет самого ароматиче-

ского источника, так и общее цветовое впечатление от обстановки. Также искажение восприятия происходит и при наличии множества рассеянных ароматических веществ в воздухе – интерференции. Интерференция может оказывать и куда более отрицательное воздействие на восприятие, когда получаемая информация противоречит той, которую вы уже знаете и которую вы уже восприняли (почти всё, что я здесь пишу, может быть легко и просто обнулено действием интерференции). Касательно ароматов, интерференция может стать причиной неразрешимого замкнутого круга, требующего стороннего вмешательства.

Обоняние очень быстро утомляется. Если мы некоторое время будем вдыхать какой-либо запах, то перестанем ощущать его. Но только именно этот запах, большинство же других запахов мы будем ощущать вполне нормально. Такое приспособление органа чувств к действующим на него раздражителям называется адаптацией. В обонятельных ощущениях адаптация происходит чрезвычайно быстро, к большинству ароматов и запахов человек привыкает в течение нескольких минут, и даже к самым сильным раздражителям адаптация обычно занимает не более 10 минут. При использовании парфюмерии, роль адаптации очень велика, так как с ней нередко связана ложная оценка свойств парфюмерной продукции. При определенных условиях может происходить и обратный процесс – сенсibilизация, или повышение чувствительности к запаху. Обычно сенсibilизацию обоняния

вызывают многократные, частые и периодические воздействия очень слабых запахов, что позволяет лучше обнаруживать присутствие в воздухе даже очень слабых пахучих веществ.

Иногда, естественный процесс адаптации можно спутать с действием опущения. При определённых обстоятельствах, человек способен полностью игнорировать окружающий мир вокруг. Стоит сосредоточиться на каком-либо виде работы, требующим особой внимательности для её выполнения, как все, даже сильно раздражающие факторы окружающей среды, исчезают. А вот что касается более приятных факторов окружения, то внимание к ним у любого представителя человечества и так минимально. Когда вам тепло и уютно, вы об этом вряд ли думаете, но если вам холодно или жарко, то думать о чём бы то ни было ещё, становится проблематично. Шум от ремонта у соседей, не даст вам сосредоточиться, а спокойная приятная музыка из проигрывателя перестанет слышаться и станет просто приятным фоном. Зачастую именно из-за этого нежные, спокойные и приятные ароматы не позволяют наслаждаться собой продолжительное время, не потому, что они нежные, спокойные и приятные, а потому, что они являются слишком слабыми раздражителями для вашего организма.

Если вышеизложенные особенности восприятия, с точки зрения психологии, могут быть не очень понятны, то сейчас, мы начнём разбирать особенности восприятия с точки зре-

ния химии, и станет непонятно совсем. Но это ваши личные проблемы и меня они мало волнуют. Поэтому отставить разговорчики, спрятать отговорочки, и пора уже эволюционировать, дамы и господа.

Мы уже знаем, что обоняние начинают свою работу, когда ароматические молекулы, содержащиеся в воздухе, воздействуют на рецепторы обонятельного эпителия. Так вот, даже незначительно отличающиеся по своей химической структуре молекулы активируют различные рецепторные белки и их комбинации, поэтому запах спирта октанол-1 напоминает запах цитрусовых, а октановая кислота, отличающейся от него всего одним только дополнительным атомом кислорода, напоминает запах пота. К такому же изменению восприятия может привести и изменение пространственного строения молекул. Например, довольно разные запахи тмина и кудрявой мяты обеспечиваются d-карвоном и l-карвоном соответственно – хиральными изомерами, молекулами с одинаковым химическим составом, отличающимися друг от друга, как предмет от его зеркального изображения. Кроме того, большее количество молекул активирует более широкий спектр задействованных рецепторов, из-за чего одно и то же вещество может пахнуть по-разному в зависимости от концентрации. Наиболее знаковый пример – скатол, гетероциклическое соединение, принадлежащее к семейству индолов, образующееся в желудочном тракте млекопитающих при бактериальном разложении аминокислоты триптофан.

В переводе с латинского языка, скатол означает навоз, и вы уже догадались, что это означает. Тем не менее, скатол является популярным и довольно распространённым ароматизатором, ведь в малых концентрациях обладает очень приятным сливочно-молочным запахом, напоминающий запах жасмина, и входит в состав парфюмерных продуктов, пищевых эссенций, содержится в сигаретах, а иногда его добавляют, даже в мороженое. А вот винный лактон ощущается при концентрации в воздухе 10-14 степени г/л, а запах его зеркального изомера можно почувствовать только при концентрации 1 мг/л. Тут приведу пример и из немного другой области, андростенон, являющийся производным мужского гормона тестостерона, обладает характерным запахом мочи, который может многим, как нравится, так и не нравится, а некоторые будут абсолютно к нему не восприимчивы. В то же время андростенон, не андрогенный стероидный спирт, содержащийся одновременно в половых гормонах кабанов и в трюфелях, обладает приятным мускусным ароматом.

Наиболее многогранными в вопросах восприятия являются альдегиды, синтезирование которых послужило довольно крепким пинком для развития парфюмерии. Так, кокосовый альдегид в небольшой концентрации пахнет вовсе не кокосом, а абрикосом или персиком, а запах анисового альдегида при разбавлении ощущается как аромат свежего сена, шиповника и цветов боярышника. Таким образом, выходит, что на восприятие влияет множество, самых разных

факторов и обстоятельств, как объективных, так и сугубо субъективных. Но всё это становится абсолютно неважным, когда вы вдыхаете свой любимый аромат, каким бы он ни был, и испытываете истинное блаженство и оказываетесь окутаны приятным ощущением удовольствия, растекающимся по вашему телу, словно живительный нектар, после чего все проблемы становятся не столь значимыми, а мир вокруг становится более ярким, дружелюбным и добрым. Поэтому не забывайте, что путь к цели должен быть столь же приятным, как и её достижение.

Перейдём к теме удовольствия в ароматах. Постараемся в этой теме покопаться и хорошенько разобраться без пошлостей и с сугубо научным подходом (ох и непросто это будет, ох не просто...)

9. Удовольствие

– Слушай, потрясающий запах... Это у тебя сегодня что?

– Это я без ничего...

При вдыхании ароматических веществ энергия раздражения рецепторов переходит в энергию нервного возбуждения, которое передаётся по нервным волокнам в центральную нервную систему. Мозг начинает синхронно реагировать на импульсы наиболее чувствительных рецепторов, развивается синхронная активность коры головного мозга и через него, передаётся воздействие на весь организм. Импульсы, пришедшие к органам по центробежным нервным волокнам, изменяют состояние этих органов, возбуждая, усиливая или ослабляя их деятельность. Изменяются биологическая активность организма и его защитные силы. Наиболее приятным и предпочтительным эффектом от воздействия ароматов является получение положительных эмоций или удовольствия. Вообще, механизм получения удовольствия свойственен только высшим животным с высокоразвитыми психическими и когнитивными способностями. Стремление к получению удовольствия у современного человека в нынешнем мире очень велико, и тем оно сильнее, чем больше удовлетворены банальные человеческие потребности: в воде, еде, жилье, сексе, а также при наличии материально-

го достатка и при простой самореализации. Противоположным понятием удовольствия называют страдание или боль, а людей, которые считают удовольствие высшей ценностью и смыслом в жизни называют гедонистами.

Однозначного мнения, касательно удовольствия, как и касательно многих других вопросов – не существует. Так одна точка зрения приравнивает удовольствие к счастью, другая – приравнивает к наркотикам, вызывающим зависимость. В любом случае, удовольствие от ароматов, даже если и является наркотиком, то самым полезным, довольно доступным и не самым дорогим, а его применение и распространение разрешено даже на законодательном уровне. Также удовольствие от ароматов, при правильном их применении, вряд ли подвергнут вашу жизнь опасности, не приведёт оно и к ожирению, не посадит вам печень, и даже не наградит вас весёлым венерическим заболеванием. Довольно скучное удовольствие получается: ни тебе риска, ни накала страстей, ни неожиданных поворотов, да и слишком приторно сладко выходит наше варенье... Разбавим немного концентрацию ка-вая... Ароматы вполне могут вызвать стойкое привыкание, и без новой порции искомой эссенции, можно начать впадать в уныние и в безысходности понести свои последние сбережения в магазин, чтобы получить новую порцию. Хотя как показывает опыт, такое увлечение даже положительно сказывается на финансовом положении наркозависимого, ведь аромат вполне может и способствовать материальному благопо-

лучию своего владельца... Блин. А ведь хотел разбавить при-
торность... Не получилось... Ну и ладно... Да будет так...
Хотя один нюанс всё же есть, получать удовольствие от аро-
матов иногда нужно уметь.

Приятные ароматы, несмотря на свои конкретные особен-
ности и свойства, в целом более позитивно воздействуют на
человека, а неприятные – отрицательно. Но есть нюанс. На-
ше обоняние – система динамическая, она постоянно меня-
ется от гиперчувствительности до полного безразличия, от
любви до ненависти, даже в течение дня. Аромат, да и за-
пах в целом, в свою очередь, также является непостоянным
элементом, изменяясь во времени вплоть до неузнаваемо-
сти. Поэтому стабильно, по чётко определённой графику
– «когда захочу», получать удовольствие от ароматов слегка
проблематично, мягко говоря. И тут важную роль опять на-
чинают играть наши ожидания. Задача, получать каплю удо-
вольствия от ароматов в день – легко выполнима. А стрем-
ление кайфовать сутки напролёт от одной капли аромата, без
внутривенного введения других веществ – почти невыпол-
нимо. Не меньшую значимость имеет и предвкушение удо-
вольствия, а также смакование послевкусия, когда прямого
воздействия мы ещё или уже не получаем, но при этом всё
равно способны испытывать удовольствие, причём такое, до-
полнительное, удовольствие, вполне может быть даже боль-
шим основного. Как-то более и менее привести такого рода
сложности к общему знаменателю, с целью их решить, быва-

ет непросто – много всяких переменных и расчёты сложные. Так ещё, в таких вопросах, разговор почти всегда прерывается фразами: «Тут всё индивидуально!», «Вкусы у всех разные!» или просто «А вот мне это просто не нравится!», которые вместо позитивного желания решения проблем, стремятся к разобщению, как бы выразив при этом свою индивидуальность и высказав своё авторитетное мнение.

Если мы говорим о парфюмерной продукции (да, да, я о ней не забыл), то её аромат всегда приятен, позитивен и доставляет удовольствие, просто какой-то больше, какой-то меньше, а от какого-то определённого аромата вы просто не умеете получать удовольствия. Вернёмся к теме «нравится/не нравится» или «люблю/не люблю», которую мы уже немножко затрагивали. Эта тема, являющаяся излюбленной темой в любом разговоре детишек, а иногда и более взрослых представителей человечества, забывших о наступлении своей очереди в процессе взросления или получения аттестата зрелости, довольно популярна и в парфюмерии. Я предупреждал о научном подходе в разрешении вопросов, связанных с удовольствием, я выполняю его. Предупредительный выстрел был дан, теперь стреляю на поражение.

Вот разбор темы с точки зрения экономики, которая тщательно изучает поведение человека, чтобы обнаружить, описать и определить законы или закономерности, влияющие на то или иное его поведение или предпочтение. Потребительские предпочтения свидетельствуют о том, что для потре-

бителя некоторые блага более нужны или предпочтительны, чем другие блага. За благо от продукции парфюмерии, мы возьмём именно удовольствие, хотя на деле их может быть, да и есть, намного больше. Но так будет проще, да и честнее. На формирование потребительских предпочтений в основном влияют цена, доход потребителя и полезность товара или услуги.

Полезность или *utility* – это способность блага удовлетворять надобности потребителя в товарах и услугах. Например, хлеб удовлетворяет физическую потребность человека в еде, а книги – духовную, духи же – ольфакторную, то есть относящуюся к обонянию и восприятию ароматов. Но в экономическом анализе большую значимость приобретает не просто полезность, а предельная полезность продукта. Предельная полезность или *marginal utility* – дополнительная полезность, которую извлекает потребитель из одной дополнительной единицы товара или услуги. Практика показывает, что полезность каждой последующей единицы продукта будет падать. И такая связь носит постоянный и устойчивый характер. Простейший пример, это вкусная и аппетитная булочка, которая так и просит себя скушать. Десятая булочка может потребовать определённых усилий, чтобы быть съеденной. На пятидесятой булочке вы начнёте желать чего-нибудь другого, чайку, кофейку или... скорее принесите ведро... После сотой, вы готовы будете отдать что угодно, лишь бы не есть сто первую. Количество булочек может быть раз-

ным, в зависимости от подопытного, но закономерность есть, отрицать не будем.

Полезность, выраженная в денежных единицах, называется ценностью данного блага. Ценности различных благ, в отличие от полезности, количественно сравнимы, ибо выражаются в одних и тех же денежных единицах. Иногда это может быть вполне конкретная осознаваемая величина, например, ценность квартиры – 100, ценность машины – 50, ценность хлеба и молока – 1. Иногда – это будет примерный минимум и максимум, например, приобретать бутылку воды за 10 никто не станет (в городе, а не посреди пустыни или в пост апокалипсисе), ведь ценность её 1-2, ну 3, не больше.

Стоимость блага – это рыночная цена одной доступной единицы блага. Ценность, получаемая выгода, больше стоимости, так как иначе потребитель был бы готов отдать за единицу блага более высокую цену, нежели та, которую он действительно платит во время покупки. В противном бы случае получалось бы так, что вы, приходя в магазин и изучая цены, на кассе платили бы, куда большую сумму, чем указанная цена, причём сугубо добровольно. Вы бы такие «Вот, возьмите мои деньги!», а вам в ответ «Здесь слишком много, вот это лишнее!», а вы опять «Да ладно вам, берите, у меня ещё есть!».

Итак, большинство благ обладают свойством убывающей предельной полезности. Практика показывает, что полезность каждой последующей единицы продукта будет падать.

И такая связь характерна для большинства продуктов, независимо от стран и национальностей. Отсюда экономисты и вывели закон убывающей предельной полезности, который гласит, что по мере того, как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы данного продукта сокращается. Следствием этого закона является то, что производители должны понижать цену, чтобы побуждать потребителей к увеличению покупок такого продукта или для того, чтобы покупка просто была совершена вновь.

Закон убывающей предельной полезности заключается в том, что по мере потребления новых порций одного и того же блага его общая полезность возрастает всё меньше и меньше. Адаптировано для продукции парфюмерии этот закон означает, что каждая последующая покупка будет для вас не так полезна, как предыдущая. Особенно сильно будет заметно снижение полезности, если вы покупаете одно и то же. Один аромат сразу может вызвать у вас бурю новых эмоций и впечатлений. Через неделю, вы по-прежнему будете продолжать наслаждаться ароматом, но чувства новизны уже может не быть. Через месяц процесс станет обыденным. Через три месяца вы захотите чего-нибудь другого. Идём дальше. Первая капелька вашего любимого аромата даст ощущение аромата. Вторая усилит ощущение, но уже не так сильно, как первая. Третья даст ещё меньше ощущений. Теперь глобальнее. Самая первая бутылочка с вашим, лично вашим ароматом,

подарит вам множество незабываемых моментов и кучу удовольствия, а также останется в памяти на долгие годы. Пятая бутылочка, пусть уже и с другим ароматом, запомнится уже не так сильно, как самая первая. О десятой вы можете забыть вообще. Однажды посчитав, что у вас было аж целых двадцать бутылочек с ароматами, вы обнаружите, что о многих из них вы не можете вспомнить вообще ничего. Определённую роль здесь играет и количество потребляемых благ. Если каждый день обливаться, как из ведра, любым ароматом, то уже через неделю он может вам начать надоедать. Но если поливаться этим же ароматом не из ведра, с небольшой леечки, то надоедать вам он начнёт только через месяц. Стоит упомянуть и о влиянии времени, прошедшему между потреблением. Если «пить» любимый аромат по несколько раз в день, то уже через неделю вам могут понадобиться услуги отрезвителя. Если же «выпивать» совсем немножко аромата, по выходным и праздникам, то вы сможете ещё долго наслаждаться этим процессом безо всяких последствий. Для наглядности этот закон представлен на графике, адаптировано для нашего предмета беседы – парфюмерии. Этот наглядный график может ответить на очень многие вопросы из самых разных сфер жизни. Можете сами найти десяток ситуаций, которые можно объяснить этим законом, лишь изменив величины и заменив одних действующих лиц другими.

Следует отметить, что данный закон не всегда работает

именно так, как описано. Хотелось бы дать вам совет на все случаи жизни, но такого у меня нет. Каждый конкретный случай в определённый момент времени может иметь совсем другие причины и следствия. И я знаю, что именно у вас именно такой исключительный, не поддающийся описанию никаких законов или закономерностей случай. Ведь всем нам хочется верить в свою уникальность и непохожесть на других, но обычно, всё именно так и есть, причём у абсолютного большинства. Статистика, наблюдения и опыт всё это подтверждает. Но вот касательно парфюмерии, существует и другой закон, который влияет на процесс приобретения и потребления. Этот закон распространяется на очень многие продукты, относящиеся к товарам роскоши, которые не являются предметами первой необходимости, стоимость которых весьма ощутима для личного бюджета.

Парадокс, или эффект Веблена описывает ситуацию, когда покупатели воспринимают снижение цены товара как сигнал о снижении его качества или престижности, а повышение цены, наоборот, делает товар более привлекательным в их глазах. Такой результат поведения назван парадоксом потому, что противоречит основному закону спроса, согласно которому увеличение цены товара приводит к снижению его потребления. Все товары Веблена, в том числе и парфюмерия, относятся к премиальному сегменту, и по мере роста цены на них, растет, и желание целевой аудитории ими обладать. Зачем этот закон в главе про удовольствие я и сам

не знаю. Но может у вас найдётся объяснение моему поведению. Может, это тоже результат действия на меня какой-либо закономерности, а я о ней и не знаю.

И последнее здесь, но не по важности. Сам механизм получения удовольствия заложен в нас изначально с момента рождения. Нет необходимости обучаться этому процессу с какой-либо сторонней помощью. Мы просто умеем получать удовольствие. Этот механизм, у кого он присутствует, в принципе помогает любому виду в выживании, добавляя мотивации разным стремлениям. Кроме того, удовольствие является одним из факторов, помогающих делать выбор из множества разных вариантов, причём довольно весомым. Если по-простому, то удовольствие вызывается каким-либо определённым воздействием, внешним или внутренним, и вот тут-то опять начинается простор для творчества и изобретательности. Эти воздействия могут быть самым разными: сильными или слабыми, естественными или неестественными, и даже противоестественными. Эти воздействия могут быть даже неприятными, но всё равно вызывать при этом удовольствие. Тема довольно опасная и совсем не хочется скатиться сейчас к извращениям и прочим маргинальным развлечениям, но надо. Хотя нет, и так достаточно, ваше богатое воображение сделало всё за меня. Ну, так вот, чтобы получать удовольствие, случайным образом и в самое разное время, ничего уметь не надо. Оно проявит себя само. Чтобы сделать процесс получения удовольствия менее

хаотичным и более управляемым, необходимо хорошо знать о своих стремлениях. Также вам необходимо испытать самые разные виды воздействий с получением удовольствия. И ещё надо найти свои минимальные, когда процесс удовольствия начинается, и максимальные, когда ощущения начинают притупляться, пределы. Увлечение же удовольствиями без меры и без определённых волевых усилий действительно может превратиться в зависимость, неконтролируемую и причиняющую скорее вред, чем пользу. Д\З: вывод сделайте сами.

10. Парфюмерия

«Наслаждение ароматом – метафора владения материальным миром в его самой эфемерной, летучей субстанции, на грани перехода в небытие»

Я всё пишу и пишу, а вот к сути так и не приблизился. Прежде чем переходить непосредственно к теме, необходимо разобраться со многими другими моментами, плюс немного организовать процесс, чтобы он был последовательным и, в результате, понятным. Крепкий фундамент, я надеюсь, мы тут уже построили. Если вы ещё не уверены, достаточно ли крепко основание или если вы прогуляли, проспали или просто забыли заложить основание, то стройте домик вверх дальше на свой страх и риск. Я же перехожу к теме парфюмерии. Ура! Ура! Ура!

Слово *parfum* имеет латинский корень *fumum*, означающее – дым, и дословно *per fumum* можно перевести как «через дым» или «сквозь дым». В буквальном понимании парфюмерия – это средства для ароматизации воздуха путём дымления. Дым, наряду с самим огнём, с давних времён является одним из важнейших, и просто жизненно необходимых факторов для выживания человечества. Огонь защищал от холода и хищников, дым – от вредителей и насекомых. Кроме того, огонь и дым имел особое значение в магических и религиозных ритуалах, для чего сжигали особые смо-

лы или лепестки цветов. Становление человеческой цивилизации трудно представить без огня и дыма, которым всегда приписывались особая сила и возможности. Дым, не имея чёткого физического состояния, способен посредством вдыхания проникать внутрь человека, воздействуя на самое его существо, придавая сил или храбрости, одновременно отгоняя злых духов и избавляя от слабостей или болезней.

На протяжении всей человеческой истории отношении к парфюмерии, или похожей на парфюмерию продукцию, очень сильно отличалось, и не только во времени, но и территориально. Самым стабильным, в отношении к парфюмерии, был и является восток и южные страны, где и культура, и религия, и просто климатические условия требуют этого. По преданию, Магомет говорил, что больше всего на свете он любил «женщин, детей и духи», комментарии тут излишни (хотя всегда после слова любил, мне всегда хочется добавить есть, но это уже мои проблемы). Европейские, и, по сути, северные страны, своё отношение к парфюмерной продукции меняют чаще, чем я меняю темы. Но роль европейцев сводится не столько в создании или изобретении парфюмерии, сколько в её исследовании и развитии. В античной Европе широко применяли пахучие вещества, но только в виде мазей или благовоний, и обычно в сугубо религиозных целях. Тёмная эпоха средневековья были более противоречива, но именно в это время возникли зачатки современного парфюмерного производства. Географические открытия,

путешествия, торговля, первые университеты, изобретение дистилляции на востоке и её распространение по всему миру только положительно сказалось на развитии парфюмерии в современном виде. Эпоха возрождения, сопровождавшаяся бурным ростом населения и, вместе с тем, массовыми эпидемиями и болезнями, создало особое отношение к ароматам. Теперь приятный аромат рассматривался как элемент здоровья и безопасности, а появившиеся «воды» использовались в гигиенических и дезинфицирующих целях. Сам же аромат должен был быть густой и насыщенный, способный скрыть любой неприятный запах. Эпоха просвещения создало совсем другое отношение к парфюмерии. Возникшие идеи рационализма и переосмысление идеи веры и религии вообще, после времён реформации, поставило любые ароматы в очень не выгодное положение. Кроме того, сам аромат теперь рассматривался как бессмысленный атрибут, и парфюмерия, как продукт культуры, ушёл со сцены в тень. Если ароматами и пользовались, то только лёгкими, свежими и природными ароматами, а потребителями парфюмерии в большинстве своём являлись только женщины. Новая эпоха истории вернуло ароматы в повседневный обиход, а развитие науки и химии способствовало развитию, распространению и всеобщей доступности парфюмерной продукции. Новейшее время стало апогеем в истории парфюмерии, однако это время вобрало в себя все взгляды и убеждения предыдущих эпох, поэтому теперь любое мнение касательно парфюмерии, мо-

жет найти своего последователя. Тем не менее, развитие парфюмерной промышленности стало куда более стремительным и результативным, сделав любой аромат доступным любому человеку в любом конце земного шара.

В современном мире парфюмерия, прошедшая долгий путь развития, предоставляет куда больше вариантов насладиться ароматом, чем просто сжигание ароматических веществ. Парфюмерная промышленность за последнее столетие предоставила не только широкий ассортимент парфюмерной продукции, но и сделала её доступной каждому. Определённым эффектом развития парфюмерии также стало и то, что она стала играть намного большую роль в повседневной жизни любого человека. Тем не менее, в первую очередь, парфюмерия имеет сугубо эстетическое назначение, приятно ароматизируя окружающее пространство, но она также выполняет и гигиеническую функцию, позволяя уничтожать вредные бактерии, из воздуха или с поверхности организма человека. Другие варианты применения уже во многом зависят от самого пользователя, его образа жизни, культуры и многих других факторов.

Одним из основных методов распространения душистых ароматических веществ в пространстве сейчас является пульверизация, позволяющая распылять ароматические жидкости крохотными капельками. Кроме того, пульверизатор ограничивает попадание воздуха в сосуд, сохраняя продукт в целости и сохранности на протяжении долгого перио-

да времени. Только представьте, сейчас мы можем взять эфемерный и не имеющий чёткой физической формы аромат, положить его в карман или сумочку, и отправиться с ним куда угодно. Истинное чудо! Но мы уже привыкли к чудесам и их не замечаем, просто проходя мимо. Да и как реагировать на чудеса, которые стали легкодоступны?

Современная парфюмерная промышленность выпускает изделия различного назначения и самых разных видов – жидкие, твёрдые, да хоть порошкообразные. Духи, туалетная вода и одеколоны – основная продукция парфюмерного производства. Кроме того, многие производители выпускают средства для придания свежести и ароматизации воздуха – специальные диффузоры или свечи, а также ароматизированные средства гигиены – шампуни, мыла, гели для душа. К парфюмерной продукции иногда относят и средства для отдушивания белья, так называемые саше.

Основные виды парфюмерной продукции, европейской, состоят в основном из пахучего концентрата, спирта, воды и различаются по их пропорциональному соотношению. Иногда в них в самых малых дозах добавляют красители и антиокислители, но только такие, которые не имеют своего запаха. Восточная парфюмерия имеет немного другие особенности, здесь не принято применять спирты для растворения ароматной смеси, для этих целей тут применяют специальные нейтрально пахнущие масла-эмульгаторы. Использование масел вместо спирта изменяет и принцип действия про-

дукта, но при этом налагает определённые ограничения, как на разнообразие используемых ароматных веществ, так и на условия пользования и хранения. К сожалению, в обозначениях различных видов парфюмерной продукции царит полная неразбериха, потому что в каждой стране и у разных производителей под одним сочетанием компонентов скрывается что-то своё. К тому же, эти нормы с течением времени часто меняются. Более того, тенденцией последнего времени, стремительно набирающей обороты, является полный отказ производителей от указания концентрации в принципе или просто указание доли спирта в составе. Такой подход стремится избавить потребителя от всяких стереотипов и поверхностных суждений при выборе аромата, сделав процесс выбора более основательным. Но зачастую, такой подход полностью выбивает почву из-под ног людей, слабо разбирающихся в парфюмерии или у тех, кто предпочитает старый, более привычный для них, принцип классификации (когда стереотипы – наше всё).

Принято выделять следующие виды парфюмерной продукции:

– Духи или Parfum, Perfume, Extrait De Parfum, Parfum Extrait, Extrait.

Путаница в понятиях как раз и начинается с обозначения души. Так в европейских языках под этим чаще всего имеется в виду обобщённое понятие парфюмерии, «аромат», а не степень концентрации. Когда же говорят о концентрации,

то именно духами называют комбинацию различных эфирных масел, объединенных в одну ароматическую композицию с максимально высоким их содержанием. Их выпускают в маленьких флаконах, чаще всего по 7 или 15 мл, обычно без распылителя, где доля пахучего концентрата составляет здесь, как правило, от 15 до 30%, обычно 20%. Духи принято считать самыми концентрированными и самыми интенсивно пахнущими жидкостями. Сейчас можно встретить и более современные варианты духов, где объёмы могут быть и 50, и 100 мл и уже с пульверизатором, для полноценного растворения смеси при этом используется почти чистый спирт, до 96%.

Духи – это произведение искусства в парфюмерии, наивысшее качество и эксклюзивность. Это самый дорогой вид ароматической жидкости, ведь сюда входят самые ценные натуральные эссенции, плюс для них создают изысканные упаковки и шикарные флаконы. Духи это также и наименее редко встречаемый вид в парфюмерии, так как они требуют очень щепетильного обращения с собой как со стороны производителей, так и со стороны потребителей. Не все производители могут позволить себе создавать духи и не многие хотят, так как их создание требует огромных усилий и занимает очень много времени. Также и не все потребители могут позволить себе пользоваться духами, дело даже не в их высокой стоимости: ими нужно уметь пользоваться и к тому же, пользоваться очень аккуратно.

– Парфюмерная вода, Дневные духи или Туалетные духи, а также Eau De Parfum, сокращённо EDP, Parfum De Toilette.

Изделие, близкое к духам, по крепости занимающее второе место, где доля пахучих веществ составляет от 10 до 20%, примерно 15%. Это наиболее распространённый вид парфюмерной продукции, предпочтительно для женщин, немного реже встречается среди мужской парфюмерии. Предназначена парфюмерная вода для ежедневного применения, довольно доступна по цене и выпускается почти каждым, уважающим себя производителем. В принципе, является идеальным вариантом в парфюмерии, своеобразной золотой серединой.

– Туалетная вода, Eau De Toilette, сокращённо EDT.

Концентрация душистых веществ составляет здесь от 5 до 15%, в среднем 10%. Доля начальных нот усиливается, а базовых – уменьшается. Это более лёгкий вид парфюмерии, для тех, кто избегает сильных и насыщенных ароматов, к тому же туалетная вода великолепно подходит для жаркого времени года или для работы. Наиболее часто встречается среди мужской парфюмерной продукции. Большую лёгкость всей композиции и более яркий старт обеспечивается путём изменения структуры аромата. Для этого увеличивают долю лёгких, освежающих компонентов начальных нот, а долю тёплых насыщенных и особо стойких конечных нот снижают.

– Одеколон, Eau de Cologne, сокращённо EDC.

Концентрация здесь составляет 3-8%, усреднённо 5%. Одеколонами сегодня чаще всего называют ароматические жидкости для мужчин. Это самые лёгкие и самые свежие, высоко летучие композиции.

– Дезодорант, Deo Parfum, Deoporant, Deo-Stick, просто Deo.

Дезодорант имеет в основном гигиеническое применение, уничтожающим неприятные запахи тела и пота, но приятный аромат может стать приятным дополнением к нему. Если использовать духи и дезодорант с одним и тем же ароматом, то можно достичь большего синергичного эффекта.

Иногда ту или иную концентрацию аромата, или варианта аромата, многие производители дополнительно характеризуют такими словами, как Intense, Essense, Absolu, Extreme, Concentree или неким подобием, если речь идёт о более высоком содержании пахучих веществ. При понижении концентрации, можно встретить надписи Fresh, Light, Legere, Eau D'Ete, L'Eau, просто добавку Eau или что-то типа того.

– Жидкость после бритья, After Shave.

Здесь концентрация пахучих веществ очень низка – от 2 до 4%. Может включать в себя вещества, смягчающие и увлажняющие кожу. Выпускается без спрея, наносится на кожу рукой. В основном для мужчин.

– Гель-душ, Shower-Gel, шампунь, Shampoo, мыло, Soap.

Средства личной гигиены, для ухода за кожей или волосами. Концентрация пахучих веществ здесь относительно низ-

ка, до 1-2%, но зато без спиртовой основа таких продуктов значительно улучшает восприятие ароматов.

– Сухие духи, твёрдые духи, Solid Perfume, Parfum Solide.

Представляют собой густую, сухую, воскообразную смесь с довольно высоким содержанием пахучих веществ, до 50%. Для хранения сухих духов обычно используют ювелирные изделия, кольца, кулоны, перстни, медальоны и т.д. Таким образом, можно одновременно иметь аксессуар, выполняющий сразу несколько функций. Обладают очень стойким насыщенным ароматом, но при этом слаболетучим. Наносить такие духи следует только на чистую кожу, пальчиком, без усиленного втирания и без передозировки, обычно вполне достаточно 1-2 мазков. Выбор сухих духов строго ограничен, также они являются относительно дорогим удовольствием.

– Свечи, Candle.

Цилиндры из твёрдого горючего материала, изначально созданные для освещения помещений нашли своё применение и в парфюмерии. Аромасвечи состоят обычно из парафина, самые простые и дешёвые, а те, что получше и дороже – из натурального воска. Иногда можно встретить свечи из специальных жиров или жирных кислот, порой для основы используют особый гель. И опять таки, самые дешёвые свечи ароматизируют искусственными ароматизаторами, а те, что получше, специальными, приспособленными под процесс горения натуральными маслами. Качественные аромасвечи начинают издавать аромат только после заже-

ния фитиля, постепенно, *per fumum*, распространяя аромат в пространстве.

– Саше, *Sachet*.

Предназначаются для отдушивания белья и одежды. Представляют собой пакетики из бумаги или ткани, содержащие ароматную растительную или минеральную массу: лепестки цветов, части растений, корни, со смесью талька или асбеста и т. д. Иногда саше наполняют хорошо впитывающим материалом, а затем ароматизируют его эфирными маслами или духами.

Тут представлены наиболее распространённые и часто встречающиеся ароматные продукты парфюмерии, но их куда больше, и кроме того, среди них почти каждый год появляются самые разные новинки. Другой нюанс, требующий уточнения, это разделение на парфюмерную и туалетную воды, ведь это весьма условный элемент. К тому же, более высокое значение концентрации аромата ещё не гарантирует его большую пахучесть или приятность. Подходите к ароматным продуктам каждый раз осмысленно и не пытайтесь предугадать их наперёд, иначе такой подход, хоть и ускорит и упростит весь процесс, но может не доставить вам удовольствия в результате. Но вы справитесь... Верю в вас... И держу пальцы крестиком (пальцы на ногах, разумеется)...

А теперь перейдём к обсуждению некоторых особенностей парфюмерии, делающих духи, в широком смысле, тем, что они есть. Определённые проблемы возникают от не со-

всем правильного отношения к вещам, а в итоге, все остаются недовольными. Правильное поставленный вопрос – это уже половина ответа. Стефан Еллинек, месье парфюмер, малоизвестный или даже почти не известный в мире, но, тем не менее, довольно известная личность в узком круге, в своей книге «Духи – мечта во флаконе» уже писал на эту тему. Давайте ознакомимся с некоторыми выдержками из его книги, в слегка адаптированном виде.

Давайте представим себе, что мы с вами отправились на прогулку. Лето, мы в небольшом городке на Лазурном берегу, и сейчас идем к гавани. Воздух полон разнообразными ароматами. Ветер доносит из гавани запахи дёгтя, водорослей и рыбы. Куст цветущей в парке гардении слева от нас источает сладкий, оглушающий аромат. Автомобили на улице распространяют пары бензина и дизельного масла. Мы идем вдоль террасы кафе. Из зала долетает аромат свежего кофе, смешивается с дымом сигарет и цитрусовым запахом какого-то средства для уборки помещений – и вдруг мы улавливаем лёгкий аромат духов. Такой запах нам прежде не встречался, узнать его мы не можем, но мы ни на секунду не сомневаемся в том, что запах, который мы сейчас ощущаем – это именно запах духов. Ничего из ряда вон выходящего в этом ощущении нет. Но разве не странно, что, невзирая на все многообразие духов, несмотря на еще большее разнообразие запахов, воздействующих на нас ежедневно, мы тотчас же можем определить – пахнет духами? По-видимо-

му, в духах должно быть нечто общее, позволяющее без колебаний выделять их среди прочих окружающих нас запахов, включая запахи ароматизированной продукции, которой мы пользуемся. Можно выделить пять правил, согласно которым аромат становится духами:

1. Аромат духов никогда не должен походить ни на какой другой запах;

Основное требование совершенно понятно: духи не должны вызывать слишком определенных ассоциаций со знакомыми запахами, то есть со всем, что не является духами. Композиция ароматов, просто пахнущая рождественской елкой – это не духи, и точная копия запаха букета роз, тоже не духи. Но если в аромате присутствует не только компонент рождественской ели или розы, но и контрастные или видоизмененные оттенки других запахов, то мы уже приближаемся к области духов.

2. Аромат сложный;

Если ароматическая композиция воспринимается как единая нота без внутреннего контраста – то это не духи. Но если в аромате присутствует контраст двух или больше резко различающихся компонентов, то он способен стать духами. Сложность аромата есть один из критериев, по которому духи отличаются от ароматизированной продукции, например, мыла, средств для ухода за телом или бытовой химии. Чем проще запах продукции, тем скорее её следует отнести к просто освежающим средствам. То есть они принадлежат

к области бытовых или гигиенических средств, но духами не являются.

3. Привкус неестественности;

В наше время духами может считаться только ароматическая композиция, намеренно отклоняющаяся от природы. Отклонение не должно быть слишком большим, иначе это вызовет отторжение, но оно должно быть таким, чтобы аромат воспринимался как созданный человеком.

4. Телесная струя;

Любые духи, полноценные в нашем понимании, должны содержать эрогенные – то есть эротические возбуждающие компоненты, отличительной чертой которых является животный запах. Объясняется это нашей современной гигиеной, мы часто принимаем душ и ванну, пользуемся дезодорантами, чтобы избавиться от запаха тела, который, если он не очень сильный, представляет собой естественный афродизиак. Чтобы снова стать привлекательными, мы вынуждены добавлять этот запах в состав духов. По другой же гипотезе, есть предположение, что элементы, близкие к телесным, создают в духах мостик между различными компонентами ароматической композиции, которые чужды телу, и самим телом.

5. Гармония, красота, уравновешенность.

Чтобы восприниматься как духи, аромат должен обладать такими качествами, как гармоничность, уравновешенность и красота. Много говорить об этом не приходится, поскольку

эти качества трудно описать словами.

Надеюсь, месье Стефан не будет против, что я тут привёл его рассуждения и надеюсь, что меня не разорвут на части за такое святотатство. Но вам необходимо эти особенности знать и правильно к ним относиться. Иначе вы рискуете скатиться с высоты духов в низины ароматизаторов, которые хоть и могут приятно пахнуть, но духами никогда не будут. Эти положения сейчас уже можно назвать классическим видением парфюмерии, но с течением времени они довольно серьёзно подвергаются видоизменению. В парфюмерное дело пришёл большой бизнес, требующий от ароматов выполнение немного других функций, продаж, например. И хуже всего сейчас продаются именно сложные, фантазийные, ни на что не похожие неестественные и не природные ароматы, которые при этом напоминают о запахе живого человека. А неимоверно завышенные при этом требования к красоте и гармонии, в результате только ухудшают дело. Поэтому современный подход к парфюмерии часто и в первую очередь, предлагает простые и понятные композиции, что-то напоминающие и уже знакомые, которые быстро покупаются – ведь здесь это самое главное. Ароматы же, которые выполнены с учётом классического принципа построения композиции, остаются в меньшинстве, несмотря на то, что они приносят куда больше удовольствия, как ольфактивного, сугубо обонятельного, так и просто эстетического. Современный подход также доставляет удовольствие, быстро и

сразу, но зачастую недолго и довольно поверхностно, но при этом не требует от вас и капли усилий или знаний. Тем не менее, большой выбор и множество возможностей открыто перед вами, и любой ваш выбор – правильный, даже отказ от выбора – правильный выбор. Главное, чтобы выбор делали именно вы. А вот когда выбирают за вас, начинаются проблемы, причём проблемы будут только у вас. Глубоко вдохните... Теперь выдохните... Идём дальше. Последовательно и по порядку.

11. Ингредиенты

Типичный мужчина – этот тот, который делит все цветы на 2 вида:

1. Розы.

2. А это чё за цветы?

Существует огромное количество сырья, используемого при создании парфюмерии, а также имеются различные способы получения искомого ароматического вещества. Сырьё может иметь самое различное происхождение, но в основном это сырьё растительного или животного происхождения. Душистые вещества из различных частей растений получают методом перегонки, прессованием (выжиманием) или экстракцией растворителями. Перегонкой парами воды подвергают в основном лепестки цветов, получая при этом эфирное масло. Однако в ходе нагревания, большинство цветов изменяет свой аромат в худшую сторону, да и выход эфирных масел таким образом не высок. Выжиманию подвергают в основном плоды и корки плодов, например цитрусовых, обладающих легковыделяемыми маслами. Экстракция легколетучими растворителями или сжиженными газами, позволяет извлекать экстрактные масла из многих различных растений, семян или цветов без необходимости их нагревать. После экстракции и отгонке растворителя получают экстрактные масла или экстракты. Если же исходное вещество содер-

жит различные примеси из воска и смол – то получают конкрет. В дальнейшем, конкрет растворяют, обычно в спирте, после чего все примеси, выпадающие в осадок, удаляются, а в остатке получают абсолютные масла или абсолюты. Отдельно можно упомянуть смолы, получаемые из особых растений, богатых смолистыми веществами. Получают такие вещества обычно довольно просто – делая надрезы на стеблях или коре, после чего остаётся собрать и растворить всё полученное в спирте, таким образом, получив бальзам или резиноид.

Из других методов извлечения эфирных масел, применяют также анфлераж, что в переводе с французского означает «придавать цветочный аромат». При этом методе, цветы помещаются на чистый, не имеющий запаха свиной или говяжий жир, тонким слоем нанесённый на стекло. В результате образуется душистая масса, называемая «помадой», а сами эфирные масла в дальнейшем извлекаются растворителями. Разновидностью анфлеража является метод мацерации, при котором цветки заливают нагретым до 50-70 оС жиром, однако таким образом, кроме эфирного масла извлекаются воск, пигменты и другие компоненты, снижающие качество конечного продукта.

Сырьё животного происхождения получают из определённых высушенных желез или других органов особых животных. Самыми распространёнными являются мускус, цибет, кастореум и амбра. Мускус получают из желез мускусной ка-

барги, цибет – из желез цибетовой кошки, кастореумом называют бобровую струю – специфический секрет бобров, а амброй называют воскообразные выделения из желудка кашалотов. К сожалению, получение животного сырья зачастую сопровождалось варварским истреблением этих самых животных, поэтому сейчас натуральные животные ингредиенты заменяются синтетическими. Несмотря на это, животные ингредиенты в парфюмерии играют одну из основополагающих ролей, устанавливая гармонию между ароматом и кожей, делая запах как бы свойственным самому человеку. Кроме того, животное сырьё наделяет аромат чувственностью и эмоциональностью, делает более благородным и притягательным, а также придаёт стойкости и продолжительности всей композиции.

Изначально считалось, что то или иное эфирное масло является однородным по составу веществом, и тот или иной аромат обеспечивается именно этим веществом. На деле же оказалось, что практически любое эфирное масло – это сложная смесь большого числа химически индивидуальных веществ, обладающих собственным запахом, а наличие характерного запаха у ингредиента объясняется лишь преобладанием определённых веществ над другими. Например, в розовом масле обнаружено более 200 компонентов, однако около 50% из них составляет 2-фенилэтанол и порядка 35% – цитронеллол. Анисовое масло примерно на 90% состоит из анетолы, кориандровое – где-то на 65% из линалоола. Си-

туаацию осложняет также и тот факт, что существуют различные сорта и разновидности растений, имеющие свой аромат, и соответственно, свой состав. И не стоит забывать о концентрации того или иного ароматического вещества, воспринимающегося обонянием по-разному, в зависимости от увеличения или уменьшения дозировки. Про влияние внешних и погодных условий на растения, и соответственно, на их эфирное масло уже упоминалось? А про точное соблюдение сроков сбора и процесса обработки, попадающих обычно точно в период цветения, или иной пик максимальной активности растений? О сложностях во время сбора, хранения, и последующего извлечения эфирного масла упоминать и не стоит. И не забываем об общих характеристиках большинства эфирных масел, которые плохо растворимы в воде и быстро окисляются под действием света или кислорода воздуха, сопровождающегося изменением цвета и запаха.

Выделение всех составных частей в чистом виде стало возможным благодаря развитию химической промышленности, в дальнейшем позволив синтезировать эти вещества искусственным путём. Но и на этом парфюмерная промышленность не останавливается, и синтезирует не только вещества природного происхождения, но и ароматические вещества, аналогов которых в природе просто нет. Например, такие цветы, как камелия или мак, не имеющие своего собственного различимого запаха, вполне получили своё воплощение в парфюмерной промышленности, не говоря уже об абстракт-

ных запахах различных впечатлений. Добавьте к этому новые, более современные методы получения и обработки бесчисленного числа уже существующих ингредиентов, посыпьте безграничной фантазией человека и вместе с существующим процессом глобализации, делающим всё, доступным всем, мы получим современную парфюмерию, окружающую нас буквально на каждом шагу.

С учётом последнего абзаца, первые два превращаются в детский лепет и не отражают действительности ни на грамм. Например, если сейчас говорить о запахе жасмина, то сейчас это – бензилацетат или гедион, цитраль или лимоненаль – лимон, терпинеол – сирень, гелиотропин – гелиотроп, гераниол или фенилэтиловый спирт – роза, ионон – фиалка, кумарин – сено, гидроксицитронеллаль и линалоол – ландыш, ментол – мята, гексанолид – мускус, амброксан – амбра... И это лишь малая часть (и это тоже лишь детский лепет) всего многообразия (безобразия?). Большинство названий душистых веществ, особенно искусственно синтезированных, являются собственными торговыми названиями компаний получивших их, или просто владеющих на них патентом. На данный момент более половины ингредиентов, и даже больше, любого парфюмерного продукта являются искусственно синтезированными. Если довольно широко и обще описать, то в парфюмерии обычно находят применение сложные и простые эфиры, альдегиды, кетоны, спирты, лактоны и некоторые другие группы органических соединений. Теперь

вы знаете о парфюмерии всё, можете козырять этим перед друзьями (сарказм, это совсем не так и так делать не надо).

Ну и контрольный в голову, вот вам рецепт получения одного душистого вещества промышленным путём (беременным, психически-неустойчивым и детям читать не рекомендуется). Метил нонил ацетат альдегид; $C_{12}H_{24}O$; полная формула $CH_3(CH_2)_8CH(CH_3)CHO$; бесцветная или желтоватая маслянистая жидкость с цветочным запахом, имеющим оттенок запаха амбры. Растворим в этаноле и эфирных маслах, почти нерастворим в воде, опущу молекулярную массу и прочие не столь живописные химические свойства этого вещества – поберегу вас немножко.

Способ получения:

1. Конденсация метилнонилкетона с эфиром хлоруксусной кислоты по реакции Дарзана с последующим гидролизом глицидного эфира.
2. Конденсация унденканала с формальдегидом в присутствии аминов с последующим селективным гидрированием образующегося 2-метиленундеканала.
3. Каталитическое алкилирование ундеканоло метанолом при пропускании их паров над оксидами цинка и хрома.

Вот теперь вы знаете о парфюмерии абсолютно всё и можете читать лекции на эту тему неофитам (сарказм, не отбивайте у меня клиентов). Продолжаем дальше, в привычном человеческом режиме.

Вопреки расхожему мнению, что всё искусственное – пло-

хо, а натуральное – хорошо, истина не так однозначна, и так (немного по-детски) утверждать как минимум не правильно, особенно если вам больше 5-6 лет. На рассвете парфюмерного бума ранние искусственно созданные ароматические вещества, например нитроглицериновые мускусы, ныне запрещённые к применению, действительно являлись опасными для человека или для окружающей среды. Но то же самое касается и многих натуральных ингредиентов, нашумевший дубовый мох, например, является сильнейшим аллергеном, из-за чего сейчас не применяется в натуральном виде (вернее вещества, содержащиеся в нём). Банальный пример про натуральный и экологически чистый мухомор расписывать не стану. Отдельный момент, это когда сам аромат, независимо от того, создан он из натуральных или из синтетических веществ, звучит искусственно (если это не является самой идеей аромата или автора), представляет собой, куда большую проблему. Истина в парфюмерии, касательно всего этого вопроса, лежит где-то посередине, в сочетании натуральных и синтезированных веществ. В целом, это не должно быть каким-либо откровением, ведь парфюмерия всегда была и остаётся посредником между натуральным и искусственным, выступает границей, между естественным, и противоестественным. Без синтетических ингредиентов парфюмерия по-прежнему оставалась бы где-то между первобытным миром и средневековьем, а позволить себе её могли бы лишь короли, их приближённые, и им подобные, либо про-

сто очень богатые и состоятельные люди, а все оставшиеся могли бы заполучить её себе в ипотеку или, просто продав почку или душу.

Очередное расхожее мнение, связанное с парфюмерией и с искусственным синтезированием ингредиентов заключается в том, что эти самые искусственные ингредиенты, по мнению многих, получают чуть ли не из воздуха, воды или отходов. Искусственное синтезирование подразумевает под собой получение необходимого химического вещества с использованием нескольких других веществ и в ходе определённых химических реакций. В большинстве случаев, исходным веществом по-прежнему является натуральное растительное сырьё. Между прочим, лекарственная промышленность использует то же исходное сырьё, а многие медицинские препараты содержат в себе вещества, которые также синтезируются искусственным путём. Многие эфирные масла или их производные также находят применение в кондитерской, ликёро-водочной, табачной, консервной и некоторых других отраслях. Низкая стоимость синтезированного сырья объясняется не столько их реальной дешевизной, сколько возможностью массово и в больших количествах проводить их синтезирование, что значительно ускоряет, упрощает и удешевляет этот процесс.

Получение как натуральных, так и синтезированных душистых веществ основано на большом числе химических реакций органического синтеза. Некоторые химические пре-

вращения приводят к введению заместителей в органические соединения: алкилирование, нитрование и галоидирование. К другой группе химических процессов относятся превращения, связанные с изменением функциональной группы веществ: окисление, восстановление, этерификация или омыление. Третьи химические процессы приводят к изменению углеродного скелета химических веществ: пиролиз, конденсация, изомеризация, циклизация и полимеризация. Если хоть пару знакомых слов попало, то уже хорошо, вникать глубоко в суть тут и не надо.

Одним из важнейших составляющих любого парфюмерного продукта является также и всеми любимый спирт, обычно этиловый (винный), не обладающий своим запахом и выступающий в качестве растворителя. Он расщепляет все разнообразные составляющие, одновременно связывая все воедино, а также придаёт дезинфицирующие свойства парфюмерному продукту. Крепость спирта может находиться в широких пределах, от 60 до 95%, в зависимости от концентрации конечного продукта и уровня растворимости используемых ингредиентов. Содержание спирта также может варьироваться в довольно широких пределах, и именно от этого значения и величины самой ароматической составляющей будет определяться вид парфюмерного продукта – духи, парфюмерная или туалетная вода и т.д. Количество спирта и его крепость обычно определяется необходимостью растворения всех содержащихся веществ и приданием необходимых

летучих свойств конечному продукту. Большинство опять-таки ошибочно считает, что чем больше спирта в составе парфюмерного продукта, тем хуже, а чем меньше, тем лучше. Я опять вас разочарую. Спирта в композициях обычно содержится ровно столько, сколько необходимо. Если спирта будет недостаточно, композиция будет слабо летучей, и никто не сможет полностью насладиться её ароматом, а если недостаточна будет и крепость спирта, то полученная жидкость может со временем помутнеть или расслоиться, а некоторые вещества быстро выпадут в осадок. При избытке спирта композиция окажется чересчур летучей, что отрицательно скажется на её стойкости, а сам аромат будет слабо выраженным и малоразличимым. Чтобы избежать таких ситуаций, любой парфюмер или производитель проводит немалое количество времени, экспериментируя, выискивая идеальное соотношение спирта и ароматических веществ, чтобы вы смогли максимально полно наслаждаться любимившимся ароматом. Более того, проводится куча опытов и экспериментов, чтобы удостовериться, что конечный результат будет максимально одинаково восприниматься самыми разными людьми, разного пола, возраста и национальностей. Всякие разночтения будут всегда, но задача свести их к минимуму всегда актуальна для любого производителя.

Также в состав практически каждого парфюмерного продукта входит дистиллированная, очищенная, прозрачная, бесцветная, не обладающая ни запахом, ни вкусом вода.

Иногда в состав могут входить различные, обязательно безвредные и не имеющие запаха красители, если в них есть необходимость для поддержания тематики самого аромата, и разнообразные антиокислители, предотвращающие или снижающие отрицательное воздействие света и воздуха.

Последними, но не по важности, ингредиентами любого хорошего парфюмерного продукта являются также частички волшебства, чуда, радости, удовольствия и наслаждения. Добавки в виде частей ассоциаций, плодов мечтаний или расплывчатых осколков впечатлений, иногда с нескромным намёком, также довольно часто можно обнаружить растворёнными во флаконе с ароматом. Порой некоторые производители и парфюмеры умудряются добавить в композицию любовь, какой бы она ни была и к кому бы она ни была, внимание, как окружающих людей, так и внутренних личностей, и магнетизм, притягивающий как знакомцев, так и незнакомцев именно к вам. Иногда, чтобы в финале не проявилась излишняя слащавость, хороший создатель обязательно добавит немного непонятности и противоречий, чтобы желанная эссенция не приелась слишком быстро и не стала надоедать. Для этой же цели в ароматную жидкость также обязательно добавляют тайны, секреты или хотя бы маленькую щепотку интриги. Такого рода составляющие являются обязательным атрибутом любого хорошего продукта, особенно если в него изначально закладывается определённая идея, а затем уже эта идея начинает воплощаться в реальность и буквально

но обретать плоть. Вот маленький стишок продолжит эту тему лучше меня, хотя рифма немного сложновата, но, как говорится, не нравится, сделай сам лучше.

Счастье волнующе, бархатисто-тонко, пахнет янтарной амброй, бобами тонка.

Пряными травами. Тёплой, древесной стружкой. Свеже-заваренным чаем в уютной кружке.

Пудровым ирисом. Розовым перцем. Muskatom. Детской присыпкой. Ирисками. Сахарной ватой. Знойной магнолией. Лотосом белоснежным. Вкрадчивым мускусом, манким, пленительно-нежным.

Томной фиалкой во мшисто-горячей неге влажного леса, припудренной сладким снегом.

Жаром камина. Объятием кашемира. Терпкостью кофе с расплавленной горкой зефира.

Звонкой вербеной. Загадочным ветивером. Ладаном дымным. Любовью, надеждой и верой в то, что стакан навеки отныне полон, в солоноватый бриз, голубые волны.

Садом на крыше и рождеством на балконе.

Абсолют счастья в невзрачном и строгом флаконе.

Александрит Мина

На этом тут пока остановимся, и сделаем небольшое пояснение. Информация о том, что в этой книге содержится более 500000 различных знаков или что здесь более 250 страниц, вряд ли будет гарантировать её полезность лично для вас. Или данные, что в картине есть и красный цвет, и синий

и зелёный и даже пунцовый абсолютно никак не характеризует конечный результат. А считать что музыка, где 50 нот «ля» звучит намного лучше, чем та, где 40 нот «фа», было бы даже немного глупо (конечно, если в детстве у вас нота «фа» не отбирала соску и вы не затаили с тех самых пор на неё обиду). Поэтому не увлекайтесь копанием в списке ингредиентов и лучше уделите больше времени конечному продукту и постарайтесь оценить именно его. Список ингредиентов может помочь сделать окончательный выбор из множества вариантов, но он мало поможет, если вы не ознакомились с самими вариантами. А сейчас прыгаем в очень глубокую тему и постараемся спасти и откачать утонувших в ней...

12. Феромоны

Когда стало очень много бракованной и не качественной продукции,

тогда придумали маркетинг.

Открытие феромонов и сам факт подтверждения их существования оказалось очень лакомым кусочком не только в парфюмерии, ведь эта тема вполне могла произвести переворот в обычной повседневной жизни каждого человека. Феромоны, если дословно перевести с греческого языка означают «несущие возбуждение или побуждение», а их действие подразумевает строго определённую и вполне конкретную ответную реакцию. Только представьте, капелька определённого вещества, и у вас уже есть личный раб или рабыня, готовый/готовая сделать для вас всё, что угодно. Нанесли капельку на себя, пошли на прогулку, пришли уже с мужем/женой. А какая экономия на шпионах, да и не надо теперь никого пытаться, ведь можно просто использовать феромоны. Рекламщики, маркетологи, писатели и сценаристы всех мастей неприменули воспользоваться самой идеей таких веществ и активно взяли их себе на вооружение. В результате имеем, что имеем. Кучу домыслов и веру в то, «что там сказали, а там так просто говорить не будут», или «а я по телевизору видела» и так далее. Благодаря этому, в принципе, эта тема стала довольно популярной и сложно найти человека, кото-

рый сейчас не слышал бы о феромонах. Что же это такое на самом деле многие не понимают и теперь, хотя сказать, что тема совсем уж секретная, язык не поворачивается.

Само появление темы феромонов произошло уже примерно в XIX веке, когда один очень знаменитый француз-натуралист и энтомолог, о котором вы никогда не слышали, Жан Анри Фабр предположил, что самки чешуекрылых насекомых, то есть бабочек, по-простому, привлекают самцов с помощью какого-то химического вещества. Сам термин «феромон» появился немного позже, уже в 1959 году, когда Петер Карлсон и Мартин Люшер предположили, что среди веществ внешней секреции, испускаемых животными, есть и те, которые играют особую роль. Эти вещества по своему действию должны были бы напоминать действие гормонов, однако вместо циркуляции в крови, они выбрасываются наружу, чтобы влиять на поведение и физиологию других животных. В отличие от обычных пахучих веществ, молекулы которых могут вызывать самую различную реакцию, действие феромонов служит для достижения вполне определенной цели при взаимодействии представителей одного вида.

Для подтверждения такой теории был проведён следующий опыт. Самку бабочки поместили в маленькой клеточке в замкнутой комнате загородного дома. Утром около неё в той же комнате обнаружили 125 самцов, проникших через дымоход старой печки. Затем всех самцов отвезли на разные расстояния, и получили поразительный результат – сам-

цы явились обратно с расстояния более 5,8 км и в одном случае, даже с 11 км. Объяснение этому явлению было одно – определённый запах. Такие запахи, выделяемые особями противоположного пола, чаще самками, называли половыми аттрактантами, привлекающие в основном самцов. По чувствительности к этим запахам наземные животные держат все рекорды.

Половые аттрактанты, обладающие такой огромной возможностью воздействия, при этом содержались в ничтожных концентрациях. В связи с этим, установление формулы полового аттрактанта было для ученых фантастически трудной задачей. Но коллективу, возглавляемому немецким биохимиком Бутенандтом, которому пришлось проработать 20 лет, всё-таки удалось установить природу полового аттрактанта самки тутового шелкопряда (*Bombyx mori*). Опыты проводились на 313 000 самок, и было проведено множество самых разных химических операций. Результатом гигантской работы явилась крохотная, около 4 мг весом, капелька чистого вещества, названного исследователями бомбиколом. Он вызывал возбуждение у самцов в невероятно малой концентрации – 10-18 г/мл! Около 30 лет потребовалось другому научному коллективу и опытов на около 500 000 самок, чтобы установить природу другого полового аттрактанта, названного диспарлуром, феромоном непарного шелкопряда. Одна самка вырабатывает всего 0,1 мг диспарлура за всю жизнь, немного, казалось бы, но оказывается, что

этого делается с огромным запасом, ведь такого количества достаточно, чтобы привлечь около 1 миллиона самцов. Установив формулу аттрактанта, химики смогли в дальнейшем его искусственно синтезировать, а применение ему нашлось именно в борьбе с непарным шелкопрядом, являющимся довольно опасным вредителем.

Таким образом, бомбикол стал первым сексуальным феромоном – природным аттрактантом и афродизиаксом, распространяющимся по воздуху. Открытие бомбикола помогло сформировать более чёткое определение и понятие феромона:

- это должно быть простое вещество, состоящее всего из одной молекулы.
- действие его должно быть узконаправленно, он действует только на один вид.
- он стабильно вызывает одну и ту же реакцию, самцы устремляются на источник этого вещества, даже когда поблизости нет ни одной самки.

Научную общественность тогда охватил ажиотаж. Гормоны сразу были забыты как прошлый век, а изучение феромонов манило и влекло, ведь они обладали просто невероятным потенциалом. И расцвет действительно начался. Упоминания о феромонах стало встречаться всё чаще и чаще.

Более детальное изучение показало, что все формы жизни, используют эти химические регуляторы, чтобы изменять поведение своих соплеменников. Некоторые из них даже пе-

редаются напрямую, от особи к особи, как персональные химические сообщения. Феромоны, кроме выполнения роли сексуального аттрактанта, также служат в процессе коммуникации между особями одного вида, а иногда даже и между несколькими видами. Такое взаимодействие на химическом уровне помогает организовать их жизнь в парах, в семьях и даже в целых колониях. Для многих живых организмов феромоны – это язык. Феромоны нужны пчёлам, чтобы отмечать зону улья или чтобы пометить врага. Муравьям феромоны помогают выстраивать пути, по которым будут передвигаться другие соплеменники. Примеров много и большинство из них будет из мира насекомых, но их роль начинает заметно снижаться при исследовании представителей животного мира с более развитыми когнитивными, мыслительными и умственными способностями.

Феромонов оказалось довольно много, из них выделили следующие виды:

- эпагоны, половые аттрактанты;
- одмихнионы, метки пути, указывающие дорогу к дому или к найденной добыче, метки на границах индивидуальной территории;
- торибоны, феромоны страха и тревоги;
- гонофионы, феромоны, индуцирующие смену пола;
- гамофионы, феромоны полового созревания;
- этофионы, феромоны поведения

Углубляться во все эти разновидности не будем, да и сре-

ди этих видов феромонов всех всегда интересуют только половые аттрактанты. Идём дальше.

При исследовании большинства млекопитающих: мышей, свиней, обезьян и многих других, также были открыты определённые, но в основном отвечающие за половое влечение, феромоны. Однако дальнейшие опыты не давали чёткого, ясного и стабильного результата. То мышки самцы, не видя рядом самочки, переставали проявлять признаки сексуальной активности, чего не бывало при опытах на бабочках. Или свинки самочки, без страстных звуков самца и острых тактильных ощущений выходили из занимаемой позы для спаривания. Некоторые из них работали лишь на отдельных испытуемых и не оказывали никакого эффекта на других, что в основном объясняется наличием предыдущего опыта общения особей и распознаванием знакомого запаха. При всём этом, действие таких феромонов было довольно локальным, а о действии на расстоянии в 11 км уже и не упоминалось. Млекопитающие, по мнению многих исследователей, слишком сложно организованы, чтобы такие простые молекулы могли влиять на их поведение. Постепенно феромоны становились более сложными химическими веществами, тем сложнее, чем более развитым становился исследуемый вид. Феромоны перестали быть простыми. Феромоном сейчас называют всё что угодно, а само слово уже давно перестало быть сугубо научным термином.

Теперь подбираемся к людям, самым развитым и сложно

организованным представителям млекопитающих. Из множества самых разных опытов, исследований и наблюдений, связанных с феромонами, на данный момент конкретного результата нет, который стабильно и чётко можно было бы повторить, и не известно, есть ли основания считать иначе. Тут было довольно много «перевернувших мир» громких заявлений, которые при последующем изучении и попытке повторить, давали совсем иной результат. Так, например информация о синхронизации месячных циклов у представительниц женского пола, проживающих совместно длительное время и соответственно, проживающих в одной запаховой среде, при последующей проверке оказалось скорее лишь случайным стечением обстоятельств. Сюда можно отнести даже заявление об открытии феромона человека, мужского андростадиенона и женского эстратетраенола, которые уже даже собирались продавать. На деле же, влияние этих феромонов не дало особо заметного эффекта, максимум, их воздействие улучшало настроение или повышало внимание подопытных, но вот чтоб прям сразу..., свет, камера, моторrrr..., такого не было.

Существует и другая сложность. Даже если феромоны человека и существуют в реальности, и даже если их удастся получить, довольно сложно определить их влияние. У людей практически невозможно проверить действие феромонов изолированно, без учёта влияния посторонних сигналов. Многолетний опыт общения с противоположным по-

лом, личные предпочтения или просто отсутствие рефлексорных реакций, всё это неизбежно исказит результаты исследования, как бы тщательно оно ни проводилось. Сам факт участия в исследовании исказит результат. Поведение человека определяется столь огромным количеством внешних факторов, что однозначных выводов из эксперимента сделать будет нельзя. К тому же, наличие у человека сразу нескольких активно работающих органов чувств, зрительных, слуховых, тактильных, обонятельных, вкусовых и деятельность мозга, активно получающая ото всех этих органов сигналы и мгновенно обрабатывающая их, делает любое одиочное воздействие малозначительным и неэффективным. Возможно, первобытный человек жил в мире феромонов, но современный человек живёт уже в совсем другом мире.

Тем не менее, есть возможность, изучать действие феромонов на тех, кто ещё не подвергался внешнему влиянию, это касается новорожденных. Дети, ещё не подвергшиеся влиянию культуры и процессу социализации, вполне возможно, смогут выдавать естественную рефлексорную реакцию на действие феромонов. Но вот вопрос, какой будет реакция детей на феромоны, ведь дети обучаются такому поведению у других, более старших и более зрелых особей. Получается, единственное, что можно с уверенностью утверждать, так это то, что у людей есть запах...

Кстати о запахах. Другой момент в этой животрепещущей теме, является сам факт того, что феромоны не долж-

ны обладать запахом в принципе. По всем данным, как мы помним, феромоны воспринимаются специальным вомероназальным органом, который воспринимает только сигналы феромонов. Вомероназальный орган не определяет что это за вещество, какое это вещество, как оно себя ведёт, нравится оно или нет. Если такое вещество, феромон, было воспринято вомером, то он обязан подать сигнал прямо в мозг. Мозг же, получая звонок по особому, скажем «красному» телефону, начинает действовать в режиме экстренной ситуации, не думает, не мыслит и не рассуждает, а просто передаёт необходимые сигналы дальше, что вызывает соответствующее поведение самки или самца, одинаковое для всех и, по всей видимости, инстинктивное или подсознательное. Ну ладно, пусть будет так, это ведь просто теория. Очень много допущений, но почему бы и нет. Нарушать правила или просто идти против них всегда интересно и всегда приятно, особой приятностью. Сама молекула вещества, чтобы не иметь запаха, должна быть либо крупнее, «тяжелее» ароматических веществ, либо мельче и «легче». Мелких и легколетучих молекул, без свойственного им запаха, действующих по принципу феромонов, скорее всего не существует, так как они просто не успеют выполнить свою функцию и улетучатся, а если и есть, то воздействовать они смогут только на космонавтов, и только при условии, что они будут без шлема. Получается что, скорее всего, феромоны должны быть больше и тяжелее обычных молекул пахучих веществ, чтобы не

восприниматься обонянием. В таком случае получается, что феромоны оказываются слаболетучими в воздухе и будут довольно быстро оседать на земле. Но они ведь должны ещё добраться до вомероназального органа жертвы, чтобы оказать своё воздействие, а вомер жертвы сейчас обычно находится довольно высоко от земли. Хотя, если потенциальная жертва уже находится на уровне земли, феромоны вполне возможно сумеют оказать на неё своё воздействие, но зачем в такой ситуации вообще нужны феромоны, ведь жертва уже в принципе «готова». Здесь я собрал кучу очень противоречивых и крайне сложных для восприятия моментов, связанных с темой феромонов. Не судите строго.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.