

---

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА "О КЛЮЧЕВЫХ РАЗЛИЧИЯХ В АРОМАТЕРАПИИ"

---

### ПРОБЛЕМАТИКА

Ароматерапия – термин, которым в современном информационном пространстве обозначено одновременно очень узкая и чрезмерно широкая сфера деятельности.

В самом широком смысле ароматерапия сейчас представляет собой комплекс мероприятий по взаимодействию человека с ароматическими веществами. В силу вольности понимания такого определения становится возможным применения термина «ароматерапия» по отношению к нескольким десяткам мероприятий.

С другой стороны, ароматерапию понимают как строго определенный набор методов работы (требующие навыков и знаний от специалиста) с настоящими эфирными маслами, направленные на профилактику, реабилитацию и общеоздоравливающий эффект. В этом случае (в отличие от первого понимания, включающего в себя слишком много) многие смежные сферы деятельности выносятся за рамки термина.

Трудность кодификации ароматерапии происходит из различных методик и подходов к методам работы, а также качеству ароматических веществ (эфирным маслам). Однако ошибочно полагать, что данная проблема лежит в плоскости качества продукции конкретного производителя. Проблема располагается в плоскости реализации методик и постулатов, публикуемых специалистами.

В данной аналитической записке будут рассмотрены современные подходы к ароматерапии. Данная записка не ставит целью терминологизирование каждого из подходов. Кроме того, данная записка не ставит целью оценку любого из подходов.

## АНАЛИЗ

Для данной аналитической записки были проанализированы:

- сборники статей научных конференций и конгрессов (естествознание, биология, химия);
- русскоязычные публицистические издания по ароматерапии;
- статьи интернет-пространства (ресурсы Яндекс.Дзен, Google.Scholar);
- контент интернет-страниц аромаблогеров, аромабизнесменов;
- англоязычные научные статьи;
- видеоматериалы обучающих вебинаров

Исследуемые материалы были посвящены общим либо частным случаям ароматерапии.

Публицистические издания (книги) включают в себя в равной степени как введение в предмет, исторические справки и прогнозирование будущего ароматерапии, так и разбор конкретных случаев применения эфирных масел.

Статьи же освещали исследование конкретного вещества либо конкретного эфирного масла в рамках решения одной задачи (например, снижение интенсивности боли, оказываемый эффект на культуру клеток, влияние на концентрацию и т.п.)

Видео- и основные материалы аромаблогеров большей частью направлены на расширение аудитории и удержания её внимания. Ряд видеоматериалов включали в себя презентацию продукта (эфирных масел одной или нескольких фирм), обучению составлению смесей из них (т.н. «рецепты») и предложение приобрести продукты для смеси с выгодой (скидки, подарки, акции).

Стоит отметить, что в зависимости от целей источника, одна и та же информация (например, о действии эфирного масла ромашки римской) подаётся кардинально разным способом. Так, в соцсетях и интернет-статьях на сторонних ресурсах допускаются эмоционально окрашенные высказывания, автор нередко апеллирует к эмпирике. Помимо этого, появляются утверждения типа «одно эфирное масло вместо целой аптечки» и т.п. Всё это направлено на удержание внимание аудитории, её заинтересованность и увеличение охвата, что приводит к росту продаж.

Аудитории аромаблогеров исчисляются десятками и даже сотнями тысяч пользователей. Доступность, постоянный диалог, экспрессивная подача информации и частые обновления контента автоматически формирует авторитет аромаблогеров в глазах публики. Публикуемые ими утверждения (даже в случаях допущения ошибочных суждений) безоговорочно воспринимаются аудиторией как правильные.

В рецензируемых статьях научных изданий подобная стилистика недопустима, что смещает фокус внимания с «как»-информации на «что»-информацию. Более того, подобного рода статьи рассчитаны на подготовленных специалистов, владеющих необходимым набором знаний. Публикуемые исследования имеют общую направленность на выявление механизмов работы эфирного масла, разбор отдельных ароматических составляющих, их эффективность (либо неэффективность). Также частым результатом является предложение по внедрению и реализации исследуемого вещества (эфирного масла).

### **РАЗНИЦА ПОДХОДОВ, МЕТОДОВ И РЕЗУЛЬТАТОВ.**

В ходе анализа было установлено, что на данный момент сформировано три «вида» ароматерапии. Они различны по следующим параметрам:

- Источник
- Используемый продукт
- Приём (или употребление) внутрь
- Допустимое применение эфирных масел
- Цели

Для комфортности понимания материала, предлагается обозначить «виды» ароматерапии такими терминами:

1. **Профессиональная** (или другим словом – классическая) ароматерапия
2. «Новейшая ароматерапия», или «**Ароматерапия XXI века**»
3. «**Сетевая ароматерапия**» (пропагандируется через консультантов зарубежных MLM-компаний).

Ниже представлены аналитические выводы, сведенные в таблицу.

Вид ароматерапии	Цели	Допустимое применение эфирных масел	Приём внутрь	Используемый продукт	Источник
«Классическая (профессиональная) ароматерапия»	Решение доклинических, клинических и неклинических задач.	Медицина, комплекс профилактических и реабилитационных мероприятий, профессиональная парфюмерия, задачи неклинического характера, общеоздоровительный эффект, улучшение психоэмоционального состояния.	Присутствует исключительно по показаниям и под наблюдением ведущего специалиста с высшим медицинским образованием (врач-терапевт, клинический ординатор и т. д.).	Настоящие (реликтовые) эфирные масла без обработок, изменений и реконструкций	Учебные пособия (химия, фармакология, биология и др.), научные издания (сборники статей, научные работы по смежным наукам), данные клинических баз, медицинская практика специалистов
«Ароматерапия XXI века»	Дегустация ароматов, общение с единомышленниками, решение личных задач.	Эзотерические практики (биополе, энергетические потоки, гадания), сопровождение психологических практик (аромакарты, ресурсные смеси), улучшение психоэмоционального состояния.	Недопустимо	Свободная форма: настоящие (реликтовые) эфирные масла, обработанные эфирные масла, эфирные масла сетевых компаний, аптечные эфирные масла.	Эмпирический опыт авторов и аудитории, публицистические издания по психологии, парфюмерии, современные короткие online-курсы и вебинары.
«Сетевая ароматерапия»	Увеличение охватов и продаж.	Свободная форма: нутрицевтика, домашние методы, кулинария, любого рода телесные, психологические и эзотерические практики, индивидуальная парфюмерия, ароматизация продуктов косметики и гигиены.	Допускается без наблюдения ведущего специалиста (по рекомендациям и с ориентацией на собственные ощущения).	Масла исключительного одного производителя (в зависимости от принадлежности авторов к фирме-производителю)	Брошюры, опора на внутреннюю методологию компании-производителя, соцсети.

Все «виды» используют как одинаковые универсальные методы (ароматизация помещения, ввод в жирную базу для массажа, составление парфюма), так и уникальные, определяющие принципиальное различие между подходами.

Подход «сетевой ароматерапии» допускает употребление внутрь эфирных масел с напитками, кулинарными блюдами, кондитерскими изделиями, при этом потребителю требуется самому догадаться, что речь ведется об использовании продуктов конкретной фирмы-производителя. Под понятием «прием эфирного масла внутрь» подразумевается кулинарно-эстетический эффект, сродни употреблению обычной пищи.

«Классическая ароматерапия» такое введение пероральным способом абсолютно исключает, при этом под понятием «прием эфирного масла внутрь» подразумевается процедура в целях лечения (оздоровления) организма, однако не настаивает на конкретном производителе, позволяя потребителю самому выбрать фирму при условии производства настоящих эфирных масел.

При этом «ароматерапия XXI века» не допускает приём эфирных масел внутрь, объясняя эффект от трансдермального и дыхательного путей достаточным.

Ещё одно принципиально важное различие лежит в плоскости понимания механизмов работы эфирного масла и ароматерапии. Глубина понимания связи между ароматическими молекулами, их действию, синергии и обратной реакцией организма проводит черту между всеми тремя «видами». Для того чтобы разбираться в данном материале, необходимы качественные знания в области химии, физиологии и медицины. Источник знания в виде прилагаемой к продукту брошюры либо рекомендации друзей из интернета недостаточны, чтобы разобраться в подобных вопросах.

Ароматерапия как область альтернативной медицины существует немалую часть истории человечества, однако лишь сейчас подобное разделение на «виды ароматерапии» стало реальным (интернет, доступность информации, бизнес-модели и др. причины). В связи с выходом на рынок продуктов, называемых «эфирное масло» самого разного качества<sup>1</sup> и их оперированием принципиально разными методами, толкование термина «ароматерапия» становится затруднительным. Называя комплекс мероприятий «ароматерапия», люди имеют в виду совершенно разное.

К сожалению, на данный момент наблюдается коллизия процессов: пересекаются понятия, подходы, методы, дозировки. Источники материалов и их авторы смешивают всю информацию в единую какофонию, в которой рядовому потребителю легко запутаться. Именно

---

<sup>1</sup> Подробнее в [аналитической записке «Отличия ароматов эфирных масел разных производителей»](#)

поэтому в современной среде так важно доверие аудитории и отнесение специалистом себя к одной из «видов ароматерапии». Тогда, в случае совпадения подходов и поставленных целей, специалисты могут оперативно и эффективно работать с аудиторией.

Также важно отметить, что настоящие **эфирные масла по природе своей никогда не были пищей или добавкой к пище**. Это действенный, но в то же время агрессивный, потенциально опасный (в неумелых руках при неадекватных дозировках либо неверном выборе хемотипа, наименования эфирного масла и пр.) для организма продукт. В настоящее время совершаются попытки сделать эфирное масло безопасным, однако по причине пост-обработок масел, противоречивости их показателей, странности физико-химических реакций, отсутствию нормальной обратной реакции организма пока невозможно говорить об успешности таких попыток.

## **ВЫВОДЫ**

Для однозначного понимания слова «ароматерапия» уже недостаточно. Каждое из изданий приводит определение, подходящее под своё видение этой области. Существующая путаница понятий в следствии разных подходов делает затруднительным кодификацию данной сферы деятельности. В комплекс мероприятий, входящих в понятие «ароматерапия», включены слишком разные действия, и каждый из специалистов, постулирующих один из «видов», стремится доказать их истинность.

Кроме того, диаметрально противоположность подходов делает саму сферу сложнодоступной для понимания потребителя. Получая качественно разную информацию об одном и том же предмете (эфирное масло, его применение, сочетание и др.), представляется затруднительным для составления полноценной картины. Выбор «вида» и методов ароматерапии может быть сделан неадекватно – например, узнав из одного источника о свободной форме приёма внутрь, но воспользовавшись продуктом из другого «вида», потребитель рискует здоровьем как своим, так и окружающих.

Необходимы новые термины, новые понятия. Очевидна недостаточность определений области. Только после такой «оптимизации», ароматерапия сможет претендовать на полноценную официальную отрасль науки. Это даст невероятный толчок ее развитию, разделит методы на профессиональные и бытовые, и, главное, даст четко и ясно ответ на два самых важных вопроса: «что такое ароматерапия?» и «кто такой ароматерапевт?».

**Автор (ы):**

Экспертный совет учебного заведения  
«Международный Институт Ароматехнологий»

**Редактор:** [Семенова Екатерина](#)