

Секция «Психологическое консультирование и психотерапия: теоретические, исследовательские и прикладные аспекты»

Исследование эмоционального воздействия запахов эфирных масел методом семантического дифференциала

Научный руководитель – Хохлов Никита Александрович

Кравцова Анастасия Валерьевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: anastasiia_kravtsova_2000@mail.ru

Воздействие запахов на эмоциональную сферу является перспективным направлением психологических исследований, результаты которых могут найти практическое применение в психотерапии. Как пишет И.В. Саков, «ароматерапия - уникальный метод решения психологических и соматических патологий. Пациентами ароматерапии являются лица с различными эмоциональными расстройствами. Результат лечения - улучшение общего состояния, нормализация настроения, ликвидация стрессовых проявлений и т.д. При сочетании с психологией и психотерапией ароматерапия решает общие задачи, методы психологического воздействия направлены на конкретные проблемы» [4, с. 14].

В литературе для ароматерапевтов существуют многочисленные описания воздействия эфирных масел на человека [1, 3, 5]. Однако анализ описаний одного и того же запаха, представленных в разных источниках, выявляет, что они совпадают лишь в самых общих чертах или даже противоречат друг другу. Возникает необходимость изучить эмоциональное воздействие запахов эфирных масел с помощью психологических методов.

Нами были поставлены следующие цели исследования. Во-первых, выявить, какие эмоции вызывают запахи эфирных масел, обычно используемых в ароматерапии. Во-вторых, проверить, является ли эмоциональное восприятие этих запахов универсальным для разных людей. В-третьих, выявить факторы, стоящие за эмоциональной оценкой запахов. Дополнительными целями работы были проверка влияния объёма флакона на эмоциональную оценку запаха и исследование эмоционального воздействия мужских синтетических духов с феромонами.

В исследовании приняли участие 38 здоровых испытуемых в возрасте от 15 до 26 лет (средний возраст - $19,1 \pm 2,2$), из них 9 юношей и 29 девушек.

В качестве одорантов использовались 12 эфирных масел (иланг-иланг, жасмин крупноцветковый, розмарин лекарственный, корица, гвоздика, нероли, герань, розовое дерево, ваниль, лаванда, лемонграсс, пачули) и концентрированные духи с феромоном (андроферин). Иланг-иланг был представлен дважды - во флаконах объёмом 1,5 мл и 10 мл. Каждый флакон был оклеен полоской бумаги с номером одоранта так, чтобы его название не было видно. Флаконы с одорантами давались испытуемым в случайном порядке. Инструкция предусматривала оценку своего эмоционального состояния, вызываемого запахом, по 21 биполярной шкале (16 шкал семантического дифференциала [2] и большая пятёрка личностных черт) с использованием 5 градаций выраженности признака.

Для каждого одоранта были получены усреднённые по всем испытуемым оценки эмоционального воздействия.

Коэффициент конкордации Кендалла составил 0,314, что указывает на неудовлетворительную согласованность экспертов. Согласованность каждого эксперта с эталонным усреднённым профилем варьирует от 0,18 до 0,48. При этом согласованность отдельно по критериям варьирует от 0,14 (интроверсия - экстраверсия) до 0,49 (сладкий - горький), а согласованность отдельно по объектам - от 0,15 (иланг-иланг, 10 мл) до 0,58 (ваниль).

Для выявления латентных переменных, стоящих за оценкой запахов по 16 эмоциональным категориям (без 5 оценок по большой пятёрке личностных черт) полученные данные были подвергнуты факторизации с использованием метода главных компонент, число факторов выделялось по критерию собственных чисел, производилось ортогональное вращение вариант. Было выделено 3 фактора, суммарно объясняющих 85% исходных данных. В первый фактор (51,5% дисперсии) с нагрузками больше 0,75 вошли категории мягкий, лёгкий, добрый, молодой, сладкий, приятный, чистый, счастливый, тихий, также с нагрузкой больше 0,45 вошла категория сытый. Этот фактор отражает оценку по базисной шкале «приятный - неприятный» и оказывается связанным с тремя личностными чертами: экстраверсией, открытостью новому опыту и естественностью (на уровне тенденции). Во второй фактор (20,6% дисперсии) с наибольшими нагрузками вошли категории трусливый, глупый, слабый, пассивный. Данный фактор, по-видимому, представляет собой оценку по шкале «слабый - сильный». Кроме этого, на уровне тенденции он связан с подверженностью влиянию. В третий фактор (13% дисперсии) с нагрузками больше 0,75 вошли категории холодный и быстрый, а также с нагрузкой больше 0,45 - категория голодный. Этот фактор чем-то похож на базисную шкалу «активный - пассивный», однако также оказывается связанным со сдержанностью, что придаёт ему дополнительный смысл эмоциональной устойчивости.

При сравнении с помощью критерия Вилкоксона оценок иланг-иланга, полученных при предъявлении одоранта во флаконах разного объёма, значимых различий не выявлено. Два варианта эфирного масла иланг-иланга располагаются в пространстве факторов очень близко друг к другу. Всё это позволяет считать влияние объёма флакона несущественным.

Сравнение с помощью критерия Манна-Уитни оценок духов с феромонами не выявляет значимых половых различий. Результаты не позволяют говорить об избирательном эмоциональном воздействии этих духов на девушек. Более того, основные вызываемые этим одорантом эмоции не имеют прямого отношения к ощущению привлекательности и влечению к использующему духи человеку. Наиболее выраженными являются такие оценки, как чистый, мягкий и тихий, а на уровне факторов данный запах может быть охарактеризован как умеренно приятный, слабый и активный.

Таким образом, было показано, что эмоциональная оценка запахов эфирных масел не является универсальной и существенно варьирует от человека к человеку. В связи с этим при использовании эфирных масел в психотерапии рекомендуется предварительно предложить клиенту оценить имеющиеся одоранты с использованием семантического дифференциала и построить психосемантическое пространство, отражающее особенности индивидуального эмоционального восприятия запахов.

Исследование проводилось на базе Психологического центра «Гальтон». Результаты работы используются при проведении психотерапевтических консультаций.

Источники и литература

- 1) Андреева Ю.И., Архипова Т.Г. Ароматерапия для начинающих. СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2012 47 с.
- 2) Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики / Под ред. И.Б. Ханиной. М.: Наука; Смысл, 1999 350 с.
- 3) Ирисова О.А. Ароматерапия: Практическое руководство. М.: Изд-во МГУ, 2002 128 с.
- 4) Саков И.В. Аромапсихология: практическое пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006 160 с.
- 5) Фести Д. Энциклопедия ароматерапии. Для здоровья всей семьи: пер. с фр. М.: Издательство «Э», 2017 544 с.