
Алексей Садемов
Феромоны:
психология
запаха
18+

Алексей Садемов

Феромоны: психология запаха

«Автор»
2026

Садемов А.

Феромоны: психология запаха / А. Садемов — «Автор», 2026

«Феромоны: психология запаха»— книга о том, как запахи влияют на наше восприятие, эмоции и отношения с другими людьми. Автор исследует роль феромонов и обоняния в выборе партнёра, общении и повседневном поведении, соединяя научные наблюдения с яркими примерами из жизни. Это увлекательный рассказ о невидимых сигналах, которые мы улавливаем, порой даже не осознавая этого, и о том, насколько глубоко запах связан с человеческой психологией.

© Садемов А., 2026
© Автор, 2026

Алексей Садемов
Феромоны: психология запаха

Феромон
ы
: психология запаха

Книга 1
Феромон-амур
О сексапильности с точки зрения науки

От автора

Сексуальная привлекательность часто кажется магией. Один человек вызывает желание приблизиться, другой — оставляет равнодушным, хотя внешне они могут быть похожи. Мы говорим: «между ними химия», «от него кружится голова», «она пахнет как-то по-особенному».

В этих выражениях есть метафора, но есть и физиологическая основа. Влечение действительно связано с работой мозга, гормонов, органов чувств, памяти и индивидуального опыта. Однако наука не подтверждает существование универсального человеческого феромона, способного мгновенно влюбить любого человека.

Эта книга — не о волшебных духах и не о способах манипулировать чужим желанием. Она о том, как запах, внешность, голос, прикосновения, поведение и контекст вместе формируют сексуальную привлекательность.

Глава 1. Почему мы влюбляемся в «неподходящих»

Иногда окружающие не понимают выбор влюблённого человека. Друзья удивляются: почему именно он? Родственники перечисляют его недостатки, сравнивают с другими кандидатами, приводят рациональные аргументы.

Но влечение редко возникает как результат совещания. Мозг не составляет таблицу достоинств и недостатков, прежде чем выдать решение. Он быстро оценивает множество сигналов: выражение лица, голос, движения, запах, манеру общения, эмоциональную реакцию и ощущение безопасности рядом с человеком.

Эта оценка происходит на разных уровнях. Сознательно мы можем думать о внешности, интеллекте или социальном статусе. Одновременно мозг считывает менее очевидные признаки: насколько человек напряжён, можно ли ему доверять, приятно ли находиться рядом, знакомо ли ощущение от его голоса или запаха.

Поэтому фраза «я не могу объяснить, что в нём нашла» не обязательно означает иррациональность. Часть причин действительно может находиться за пределами осознанного анализа. Но это не значит, что выбор продиктован исключительно биологией. На него влияют воспитание, прошлый опыт, культурные нормы, самооценка и представления о любви.

Сексуальность — не один сигнал, а сложная система совпадений.

Кейсы:

«Я думал, что у нас всего лишь лёгкий служебный роман. Но потом понял: больше не хочу быть со своей супругой. Даже её запах изменился — не стал неприятным, просто сделался для меня чужим. А любовницу я почти не чувствовал: прижимался лицом к её волосам, груди или подмышке, вдыхал её запах — и у меня кружилась голова».

«Знакомлюсь с девушкой, общаемся — всё прекрасно. Потом случается первый страстный поцелуй, и я понимаю: не моё. Не мой вкус, не мой запах».

«Я просто прижималась к его плечу и теряла голову от его запаха. Именно тогда я поняла, что значит “химия любви”».

«Ещё во время её беременности я перестал её хотеть. Меня отталкивал даже её запах. Я не мог представить, что мы занимаемся сексом».

Глава 2. Обоняние: древний канал близости

Для многих животных запах имеет жизненно важное значение. По химическим следам они находят пищу, определяют территорию, распознают сородичей, опасность и готовность к размножению.

У человека обоняние стало менее ведущим, чем у многих животных, но не исчезло. Запахи по-прежнему влияют на память, эмоции и социальное восприятие. Запах знакомого человека может успокаивать, а чужой или неприятный — вызывать желание увеличить дистанцию.

Обонятельная система тесно связана с участками мозга, участвующими в обработке эмоций и воспоминаний. Поэтому запах способен действовать быстрее слов: мы ещё не сформулировали отношение, а уже чувствуем симпатию, настороженность или отторжение.

Однако человеческое обоняние не работает по принципу простого переключателя. Один и тот же запах может нравиться одному человеку и раздражать другого. На восприятие влияют:

- личные воспоминания;
- состояние здоровья;
- гормональный фон;
- температура и влажность;
- привычки ухода;
- культурные ассоциации;
- контекст встречи.

Именно поэтому не существует аромата, который гарантированно сделает привлекательным каждого.

Глава 3. Феромоны: между биологией и рекламой

Феромонами называют химические сигналы, которые передаются между особями одного вида и вызывают определённую реакцию. У насекомых такие сигналы изучены особенно

хорошо. Например, некоторые вещества помогают найти партнёра, обозначить территорию или предупредить об опасности.

У млекопитающих химическая коммуникация тоже играет важную роль. Но переносить результаты исследований насекомых или грызунов непосредственно на человека нельзя. У людей поведение намного сложнее и зависит не от одной молекулы, а от целой системы восприятия и социального опыта.

На сегодняшний день учёные не обнаружили человеческий феромон, который бы:

- действовал на всех людей одинаково;
- автоматически вызывал сексуальное возбуждение;
- гарантированно усиливал привлекательность;
- обходил сознание и заставлял человека влюбляться.

Продукты с обещаниями «мгновенного притяжения» обычно используют научно звучащую терминологию, но не имеют надёжной доказательной базы. Их эффект может объясняться запахом, ожиданиями, уверенностью покупателя и эффектом плацебо.

Это не означает, что запах тела не имеет значения. Он может влиять на симпатию и комфорт, но влияние индивидуально, слабее рекламных обещаний и не заменяет взаимного интереса.

Глава 4. Запах тела и индивидуальность

У каждого человека есть собственный запаховой профиль. Он складывается из работы кожных желез, микробиома кожи, питания, здоровья, одежды, средств ухода и окружающей среды.

Особое значение имеют апокриновые железы, расположенные, среди прочего, в подмышечных впадинах и некоторых других участках тела. Сам секрет этих желез может быть почти незаметным, но бактерии на коже перерабатывают его компоненты, формируя характерный запах.

Иногда естественный запах человека кажется партнёру особенно приятным. Это может быть связано с привычкой, эмоциональной близостью, ассоциациями и индивидуальными особенностями восприятия. Но популярная идея о том, что запах позволяет точно определить «генетически идеального партнёра», сильно упрощена.

Исследования запаха тела дают неоднозначные результаты. На восприятие влияют менструальный цикл, лекарства, контрацепция, стресс, болезни и даже то, знаком ли нам человек. Поэтому нельзя превращать отдельные научные наблюдения в универсальный закон.

Важно и другое: неприятный запах не всегда связан с недостатком гигиены. Он может измениться из-за питания, лекарств, инфекции или другого состояния здоровья. Резкие и стойкие изменения стоит обсуждать с врачом, а не маскировать парфюмом.

Глава 5. Почему поцелуй кажется таким важным

Поцелуй объединяет несколько видов чувствительности. В нём участвуют прикосновение, вкус, температура, запах, зрительный контакт и эмоциональное ожидание.

Во время поцелуя человек получает огромное количество информации о партнёре: насколько комфортна близость, совпадает ли ритм движений, возникает ли возбуждение, хочется ли продолжать контакт. Поэтому первый поцелуй иногда резко меняет впечатление от человека.

Существует гипотеза, что поцелуи могли частично развиться как способ оценки запаха и вкуса партнёра. В этом есть биологическая логика, но нельзя утверждать, что поцелуй предназначен исключительно для проверки феромонов. У людей он также выражает нежность, доверие, привязанность, сексуальный интерес и принадлежность к определённой культуре.

Поцелуй не является лабораторным тестом совместимости. Он может не понравиться из-за волнения, неопытности, неподходящего момента или отсутствия эмоционального контакта. И наоборот, сильная химия во время поцелуя ещё не гарантирует здоровых отношений.

Глава 6. Мозг превращает ощущения в влечение

Сексуальная привлекательность возникает не в одном органе. Это результат работы нескольких систем мозга.

Система вознаграждения реагирует на приятные стимулы и формирует желание повторить опыт. Дофамин связан с предвкушением и мотивацией. Окситоцин может участвовать в формировании привязанности и чувства близости. Тестостерон, эстрогены и другие гормоны влияют на либидо, но не определяют поведение человека полностью.

Важную роль играет лимбическая система, связанная с эмоциями и памятью. Поэтому человек может казаться особенно привлекательным не потому, что обладает объективно выдающейся внешностью, а потому что рядом с ним мы чувствуем себя живыми, спокойными, желанными или свободными.

Влечение усиливают:

- взаимность;
- эмоциональная безопасность;
- новизна;
- внимание;
- юмор;
- уверенность без агрессии;
- телесная совместимость;
- приятные ассоциации;
- ощущение, что нас видят и принимают.

Именно поэтому сексапильность нельзя свести к внешности или запаху. Она возникает в отношениях между человеком, его состоянием и конкретным партнёром.

Глава 7. Почему «духи с феромонами» не работают как магия

Реклама часто обещает простой результат: нанесите средство — и окружающие начнут испытывать влечение. Но человеческое поведение слишком вариативно для такой схемы.

Если аромат кому-то и помогает чувствовать себя привлекательнее, это может происходить за счёт нескольких механизмов:

1. Человеку нравится сам запах.
2. Он становится увереннее и раскованнее.
3. Меняется осанка, голос и манера общения.
4. Партнёр реагирует на общее поведение, а не на таинственную молекулу.
5. Срабатывают ожидания и эффект плацебо.

Это не делает аромат бесполезным. Хороший парфюм может быть частью образа и помогать создавать настроение. Но он не должен использоваться как средство давления или маскировки отсутствия взаимного интереса.

Сексуальность не продаётся во флаконе. Её можно поддержать уходом за собой, вниманием к партнёру, уважением к границам и развитием собственной уверенности.

Глава 8. Сексапильность без манипуляций

Здоровая привлекательность не требует заставлять другого человека хотеть вас. Она строится на взаимности.

Человек может быть ярким, ухоженным и сексуальным, но это не создаёт права на чужое внимание, прикосновение или отношения. Любое сближение должно учитывать согласие и реакцию партнёра.

Практически сексапильность включает:

- чистоту и аккуратность;
- одежду, в которой человек чувствует себя собой;
- умеренный и уместный аромат;
- живой взгляд;
- способность слушать;
- уважение к отказу;
- отсутствие навязчивости;
- эмоциональную зрелость;
- заботу о собственном и чужом комфорте.

Самая сильная форма привлекательности — не попытка понравиться всем, а способность быть открытым, внимательным и естественным рядом с тем, кто действительно нравится.

Глава 9. Феромон-максинг: запах, притяжение и обещание стать неотразимым

В ленте появляется короткое видео. Человек наклоняется к камере и доверительно сообщает: «Вот что я делаю, чтобы люди чаще обращали на меня внимание». Дальше — несколько капель масла, необычный парфюм, рассказ о «химии тела» и заверение, что окружающие будто бы начинают реагировать иначе: задерживают взгляд, подходят ближе, легче идут на контакт.

У явления есть модное имя — феромон-максинг.

Слово составлено из двух частей. «Феромон» отсылает к биологии, а английское maxxing — к интернет-культуре бесконечного улучшения себя: внешности, продуктивности, здоровья, статуса. В буквальном смысле феромон-максинг — это попытка «максимизировать» собственную привлекательность при помощи запаха. На практике под этим названием могут объединяться самые разные вещи: выбор духов, нанесение ароматических масел на кожу, покупка продуктов с обещанными «феромонами», изменение привычек ухода за собой и даже особые схемы нанесения парфюма.

За уверенным названием скрывается не одна практика, а целый клубок представлений — от вполне разумных до совершенно фантастических. Одни люди просто хотят найти аромат, который им подходит. Другие надеются, что существует невидимый химический сигнал, способный заставить окружающих испытывать влечение. Между этими крайностями лежит большая зона неопределённости: запах действительно влияет на впечатление о человеке, но далеко не так прямолинейно, как обещает реклама.

Чтобы разобраться в феромон-максинге, стоит начать не с флакона, а с самого слова, которое придаёт ему научный блеск.

Что такое феромон — и почему это слово звучит убедительно

В биологии феромоны — это химические сигналы, которые выделяет организм и которые влияют на поведение или физиологические процессы других представителей того же вида. У некоторых животных такие сигналы играют важную роль: помогают находить партнёра, обозначать территорию, предупреждать об опасности или координировать действия группы. Запаховые сигналы могут быть для них настолько значимыми, что многое в поведении определяется именно ими.

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.