



А вы задумывались над тем, как окружающая информация влияет на наше подсознание? Под окружающей информацией в данном случае, я имею в виду ту, с которой мы волей-неволей сталкиваемся каждый день в городе: от бил-бордов до маленьких рекламок в метро и даже надписей на одежде людей.

На подобные размышления меня натолкнула простая ситуация из жизни. Возвращаясь с работы в метро, непроизвольно рассматривая в очередной раз все давно выученные рекламы, словила себя на мысли, что это каким-то образом психологически подавляет, по крайней мере, меня. Создаётся впечатление, что эти рекламы вокруг всё что-то навязывают, да про проблемы рассказывают. Насильно оторвав взгляд от реклам, переключилась на людей, что ехали рядом. И вдруг, взгляд упал на сумку девушки ехавшей впереди. Ещё даже не успев толком рассмотреть, что на ней я почувствовала позитивную перемену в своём внутреннем состоянии. А на эко-сумке был нарисован разноцветный славянский знак, который, как мне кажется, означал свет, солнце и любовь. А также на сумке красивым почерком выведена фраза «Жизнь полна любви». То ли это рисунок так подействовал, то ли фраза, но стало почему-то так радостно. Рисунок сумки, выполненный в голубых тонах и такие приятные «в точку» слова действительно придали сил. И тут-то мне и стало интересно, как же так, что есть фразы и цвета, которые создают ощущение комфорта, ещё до того, как сознательно обратишь на них внимание?

Исследования этого вопроса привели меня к очень интересному понятию в психологии - *субсенсорное восприятие*

(от лат.

*sub*

— под и

*sensus*

— чувство, ощущение) - форма непосредственного психического отражения действительности, обуславливаемая такими раздражителями, о влиянии которых на его деятельность субъект не может дать себе отчета, одно из проявлений бессознательного. Проще говоря, бессознательное восприятие. Этим вопросом занимались такие учёные, как И. М. Сеченов, Г. Т. Фехнер. А.Найссер предложил такой термин, как «предвнимание» - процесс, происходящий за пределами произвольно контролируемой деятельности, другими словами в субсенсорной области.

Способны на человека оказать такое «бессознательное влияние» сверхслабые энергоинформационные взаимодействия тесно коррелируют с подпороговым восприятием - с субъективно не осознаваемыми, но влияющими на поведение человека процессами восприятия, протекающими как бы «под порогом» сознания. В работах отечественных физиологов (В.Г.Гершуни и сотрудники) экспериментально доказано существование у человека двух уровней чувствительности - сенсорной и субсенсорной. В случае последней происходит выработка условных рефлексов на неосознаваемые раздражители (например, надписи и цвета вокруг). К таким воздействиям относят суггестивные воздействия. *Суггестия* – это внушаемость, что свойственна всем людям в разной степени. Хотя, если мы говорим о подсознании, то туда, пожалуй, откладывается всё. Так создается общий фон города, который для многих является фоном каждодневного жизненного пространства.

Таким образом, фразы реклам, вывесок, тексты на одежде людей, картинки – это всё создаёт наш с вами жизненный фон. И каким он вам кажется? Воодушевляющим? Располагающим к творчеству? Комфортным? К сожалению, нет...

Но всё ведь в наших руках! Кто как не мы с вами ответственны за то, какую информацию окружающим несут наши вещи. Я сейчас не говорю о цвете и стиле одежды, ведь она такая, какая нравится, в какой комфортно. Но пример с сумкой из метро показывает, что даже мелочами мы можем внести в жизнь других людей лучик света. Например, сумка с вдохновляющей фразой и знаком, что несёт позитивную энергию, брелочек с мудрым афоризмом, кепка или футболка с доброй фразой – это всё та информация, которая будет на подсознательном или даже на сознательном уровне воспринята огромным

количеством людей и повлияет на них, безусловно, позитивно.

Представьте себе город, «**Город ДоброТы**», где на бил-бордах, помимо рекламы, появляются мотивирующие картинки и воодушевляющие фразы, выполненные в приятной цветовой гамме; где социальная реклама акцентирует внимание не на проблеме, а на её решении, где люди рады делиться друг с другом светлой и радостной информацией, будь то она размещена на браслетике или даже серёжках. Какова атмосфера в таком городе? Воодушевляющая? Располагающая к творчеству? Комфортная? Да!

Кто нам мешает воплотить это в жизнь, хотя бы касательно себя? Кстати говоря, пример девушки в метро вдохновил и меня. Оказалось, что сделать такую сумку совершенно не сложно! И даже талант художника не играет роли, ведь главное - желание, тогда и возможности приложатся! А друзьям моим идея с брелками понравилась, уже развивают её. И не так уж далеко нам оказывается до «Города ДоброТы». **Ведь хорошие дела увлекательны для многих людей. Присоединяйтесь! Давайте превратим свой город в «Город ДоброТы»!**

МОО «ЛАГОДА» продолжает конкурс сценариев на лучший социальный ролик «ДоброТы». Подробности на странице <http://lagoda.org/ru/projects/social>

*Анна Дубровская, г. Киев,  
участница Международной общественной организации «ЛАГОДА»*