

Н.И.ЗАЙКИН

ГИПНОЗ:

БУДУЩЕЕ

Библиотечка «Помогает сознание»

Николай Заикин

Гипноз: будущее

«Академия развития сознания»

1998

УДК 130.3 + 140.8 + 141
ББК 87.251

Заикин Н. И.

Гипноз: будущее / Н. И. Заикин — «Академия развития сознания», 1998 — (Библиотечка «Помогает сознание»)

Данная брошюра является заключительной из выходящих одновременно трех пособий по гипнозу. После ознакомления с историей вопроса и современными практическими методиками, в том числе используемыми в Академии развития сознания, читатели могут оценить перспективы, заглянуть в будущее. Гипноз и окружающая нас информационная среда – одна из рассматриваемых тем. Возможно ли каждому освоить индивидуально наиболее приемлемую для него методику гипноза? Перспективный метод: экстрасенсорный гипноз и самогипноз на примере управляемой и безопасной работы в режиме ретроскопии. Этим и другим вопросам посвящена брошюра.

УДК 130.3 + 140.8 + 141
ББК 87.251

© Заикин Н. И., 1998
© Академия развития сознания, 1998

Николай Иванович Заикин

Гипноз: будущее

© Н. И. ЗАИКИН, 1998.

© "Академия развития Сознания", оформление, 1998.

О будущем всегда говорить сложно. Тем более, о будущем использовании в практике такого сложного явления как гипноз. Но говорить о будущем обязательно надо. Только в единстве прошлого, настоящего и будущего можно осознать сущность явлений и закономерности развития процессов. Так и в данном случае.

Из авторов, посвятивших свои книги гипнозу, редко кто пытается "заглянуть за горизонт". Можно отметить разве что небольшую главу в книге В. Е. Рожнова и М. А. Рожновой под названием "Заглянем в будущее гипноза".

Некоторые конкретные работы специалистов ориентированы на решение задач, которые могут возникнуть в будущем. К ним относятся, например, работы Л. П. Гримака по моделированию в гипнозе состояния невесомости. Эти работы были вызваны потребностями космической медицины, испытуемым в глубоком гипнозе внушали, что их тело после сеанса весит чрезвычайно мало, скажем, 5–6 килограммов. Самоотчеты испытуемых подтвердили появление ощущений необычайной легкости во всем теле. Конечно, расширение сферы деятельности человечества может в будущем увеличить "спрос" на подобные работы, хотя и сейчас получение состояний с легкой эйфорией при сохранении очага самоконтроля используется практически (см. пояснение по технике русского гипноза в брошюре Гипноз: настоящее"). Однако, когда мы говорим о будущем гипноза, мы не имеем в виду прогноз развития его техники и методологии, а скорее ставим перед собой задачу понять, какое место в человеческой цивилизации XXI века должен занимать этот метод в целом.

Ясно, конечно, что он будет широко применяться в медицинской и психологической практике, как и в наше время. Ясно и то, что будут углублены научные исследования в области изучения природы гипноза, особенно его сомнамбулической стадии (именно связанные с этим моменты и отразили В. Е. Рожнов и М. А. Рожнова в своем "взгляде в будущее гипноза").

Но интереснее осмыслить некоторые негативные моменты, имеющиеся в настоящем, которые, видимо, будут устранены в будущем. И еще интереснее показать, как могут быть уменьшены те негативные влияния гипнотического характера, которые имеют место в наши дни.

Гипноз и реклама. Гипноз и телевидение.

Иногда анализ негативных воздействий "внушающего" типа на человека со стороны окружающей его информационной среды сводят только к воздействию на него той части рекламы и пропаганды, которая злоупотребляет методами психологии, используя их для манипулирования сознанием. Да, конечно, известен так называемый "эффект 25-го кадра", когда человек как бы не видит (а на самом деле лишь не осознает) повторяющуюся с не очень большой частотой видеоинформацию, но она оседает в его подсознании и незаметно оказывает внушающее действие. Да, этот эффект иногда используется в недобросовестной рекламе. Точно также иногда используются так называемые "околопороговые" раздражители. Еще в 1920-ые годы некоторые фирмы применяли подобные приемы, добиваясь резкого увеличения спроса на свой товар. Так, в литературе по психологии рекламы имеются хрестоматийные примеры такого использования небольших доз духов, которыми опрыскивали пробные партии товаров в галантерейных магазинах. Покупательницы, сами того не осознавая, предпочитали именно данную марку товара, часто не сразу, но уже при следующей "встрече" с данной символикой на упаковке. Таким образом, использование внушения имеет место.

Социологи в странах с наиболее развитыми средствами массовой информации и развитой рекламой (как в США) давно заметили, что сознание человека легко становится объектом манипуляции, опирающейся на довольно простые приемы. Например, Г. Шиллер в книге "Манипуляторы сознанием" выделяет 5 основных мифов "масс-медиа". Один из них не имеет прямого отношения к политике и экономике, но он-то как раз наиболее интересен для нас. Это так называемый миф о неизменной природе человека". Иначе говоря, миф о том, что низкий уровень сознания, потребительские инстинкты ("взять, не отдавая") и агрессивность являются неизбежными спутниками человека. Это не так. Наоборот, развитие сознания позволяет говорить о возможности постепенного перехода от человека разумного" к "человеку сознательному. Подробнее об этом можно прочитать в журнале "Сознание".

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.