РАССЕЛ ДЖОНС

КАК РАБОТАЮТ НАШИ ЧУВСТВА

ИЛИ

ПОЧЕМУ КОФЕ ВКУСНЕЕ ИЗ КРАСНОЙ ЧАШКИ

Рассел Джонс

КАК РАБОТАЮТ НАШИ ЧУВСТВА

Издательство СИНДБАД
Москва 2022

16+

Russell Jones
SENSE: UNLOCK YOUR SENSES AND IMPROVE YOUR LIFE

Copyright ©Russell Jones, 2020
Published in the Russian language by arrangement with *Rogers, Coleridge and White Ltd.*

Russian Edition Copyright © Sindbad Publishers Ltd., 2022

Перевод с английского Юрия Гольдберга

Джонс Р.
Как работают наши чувства / Рассел Джонс ; [пер. с англ. Юрия Гольдберга]. — М. : Синдбад, 2022.

ISBN 978-5-00131-453-0

В этой книге Рассел Джонс, британский эксперт по мультисенсорному маркетингу, объясняет читателям, как с помощью сенсорики можно улучшить повседневную жизнь. Как сделать еду и напитки вкуснее, а физические упражнения — легче и приятнее? Как повысить продуктивность на рабочем месте? Как не попасться на уловки маркетологов в магазине по дороге домой? И что сделать, чтобы лучше высыпаться по ночам? Он предлагает целый ряд «сенсорных рецептов», которые помогут получать больше пользы и удовольствия от всех повседневных действий. В его рецептах объединяются звуки, музыка, запахи, освещение, цвета и текстуры. Автор утверждает, что наши самочувствие и работоспособность зависят даже от температуры воздуха в помещении и от того, какие предметы лежат перед нами на столе.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Корпус Права»
Korpus Prava

© Издание на русском языке, перевод на русский язык, оформление. Издательство «Синдбад», 2022

Посвящается Лайнусу

Предисловие

Парадокс провансальского розового

Представьте, что вы в отпуске на юге Франции. Сидите на веранде старинной таверны, рядом с которой случайно оказались в обеденное время, и наслаждаетесь стейком с картошкой фри. Перед вами до самого горизонта тянутся лавандовые поля. Мелодичная французская речь, позвякивание столовых приборов и бокалов создают умиротворяющий, типично средиземноморский звуковой фон — все идеально, как на картине. Под теплыми лучами солнца вы спокойны и расслабленны. Официант приносит охлажденное вино в глиняном кувшине. Вкусное, бледно-розовое с золотистым отливом, оно превосходно сочетается с местным колоритом и пейзажем. Вы спрашиваете у официанта, откуда вино, и он отвечает, что с виноградников чуть дальше по дороге. Вы останавливаетесь там, возвращаясь к себе на виллу: к вашему удивлению, стоит оно всего два евро за бутылку. Вы набиваете вином багажник, наслаждаетесь им весь отпуск — и, разумеется, привозите домой целый ящик.

Наступил февраль. Вас затянула рутина повседневности. Несколько недель холодной и дождливой погоды вгоняют в тоску. Работа уже не в радость. Но сегодня вы решили развеяться и пригласили на ужин старых друзей. Разговор заходит о том, как прекрасно вы отдохнули в Провансе прошлым летом, и вы рассказываете о замечательном местном вине, которое там попробовали. Розовое, всего два евро за бутылку! Очень вкусное — и несколько бутылок сохранилось у вас в холодильнике. Гости причмокивают, предвкушая удовольствие, и восхищаются чудесным оттенком напитка, когда вы наливаете его в бокалы.

Но вот вы пригубили вино, а оно отвратительно, кислое, не вино, а уксус. Какое-то дешевое пойло. «Оно испортилось!» —

восклицаете вы. Какая жалость — вероятно, вино пришло в негодность по дороге домой, пока тряслось в багажнике по французским проселочным дорогам; не пошла ему на пользу и жара.

Ничего подобного — просто вы стали жертвой «парадокса провансальского розового». Вино осталось точно таким же; это все остальное изменилось. Вы уже не расслабляетесь в приятном тепле послеполуденного провансальского солнца. Вас больше не окружают те звуки, запахи и краски, которые создавали очарование, отложившееся в памяти; а ведь именно окружающая обстановка и эмоциональное состояние изменили тогда ваше восприятие и сделали вино таким вкусным.

Но не все потеряно — в наших силах вернуть вину вкус с помощью других ощущений. Зажгите ароматическую свечу с запахом лаванды. Постелите скатерть в красно-белую клетку. Включите песни Эдит Пиаф или поставьте фоном какие-нибудь записи французской речи. Воссоздайте обстановку, пробудите воспоминания, оживите прежние эмоции — и вино снова покажется вам вкусным. Возможно, оно не настолько утолит жажду и поднимет настроение, как тогда во французской таверне, но и дешевым пойлом теперь его уже будет не назвать.

Эту историю я рассказываю на презентациях уже лет десять — для затравки, чтобы показать, как все, что нас окружает, влияет на наши ощущения. И меняет восприятие мира. Мы считаем, что наши чувства, в данном случае вкус, функционируют по отдельности и всегда говорят нам правду, но на самом деле они — результат суммы многочисленных импульсов и стимулов, которые одновременно воздействуют на нас через различные органы и окрашиваются нашим эмоциональным состоянием. Мы — мультисенсорные существа, хоть и склонны рассматривать каждое чувство по отдельности. Но так это не работает.

Исследования в области нейробиологии, экспериментальной и поведенческой психологии показывают: наше восприятие во многом зависит от случайных на первый взгляд факторов. Например, кофе кажется более сладким, если пить его

из красной округлой кружки. А время бежит быстрее в комнате с синими стенами, где звучит медленная музыка. Запахи, напоминающие о прошлом, побуждают искать новые идеи. Мы покупаем больше предметов роскоши, когда нам холодно. Еда покажется на 11% вкуснее, если пользоваться тяжелыми столовыми приборами. А белое вино опьяняет на 15% сильнее, если пить его, слушая *Blondie*. Я уже довольно давно применяю в своей работе данные нейробиологии о взаимодействии наших ощущений и чувств и использую их как научную базу для создания более успешных продуктов и брендов, для дизайна пространства и воздействия на потребителя.

Вот наглядный пример такого воздействия. Известный производитель мороженого обратился в наше агентство с просьбой определить идеальный хруст вафельного рожка. Нам предстояло выявить главные компоненты этого ощущения и дать рекомендации компании. Независимо от проекта, процесс всегда одинаков: мы начинаем с анализа научной литературы, ищем материалы, которые могут подсказать нам, в каком направлении двигаться. Выяснилось, что с конца 1970-х по начало 1990-х годов исследовательница Зата Викерс тщательно изучала восприятие хруста и пришла к выводу, что ощущение хруста почти полностью определяется звуком: если мы *не слышим* хруста, значит, продукт не хрустящий. Викерс и ее коллеги сделали предположение, что идеальный звук хруста лежит в определенном диапазоне, за границей которого звук воспринимается как слишком резкий. Основываясь на этих результатах, мы начали проверку некоторых собственных идей. Записали звук, возникающий при откусывании вафельного рожка, который выпускал наш клиент, и сделали несколько версий в разных тональностях. Затем провели онлайн-исследование: просили участников прослушать звуки и оценить хруст и аппетитность вафельного рожка. Рожок, выпускаемый фирмой нашего клиента, издавал слишком высокий и резкий звук; самой приятной была признана версия в чуть более низкой тональности — именно она больше всего понравилась респондентам. Так мы установили «идеальный хруст». Затем мы

обратились к профессору Лондонского университета Барри Смиту, директору Центра изучения чувств, и поставили эксперимент. Испытуемым предлагали есть мороженое перед микрофоном, чтобы звук записывался и через компьютер поступал к ним же в наушники. У нас была возможность в реальном времени управлять тем, что слышали участники эксперимента, когда ели мороженое. Если тональность повышали, вафли казались свежими и хрустящими. Приглушая звук, мы делали рожок «лежалым». Наиболее хрустящим и вкусным рожок называли тогда, когда звук попадал в диапазон «идеального хруста». Да и само мороженое воспринималось при этом как более ароматное и нежное — благодаря так называемому эффекту ореола: то, что радует один орган чувств, приятно и всем остальным.

Основываясь на полученных результатах, мы составили рекомендации для производителя мороженого. Специалисты вернулись в лабораторию и создали рожок, который при откусывании издавал нужный звук. Новое мороженое еще раз прошло проверку у потребителей: покупатели говорили, что оно более хрустящее, сливочное, качественное, — и соглашались платить за него на 20 пенсов больше. При этом единственным, что изменилось, был звук вафель при откусывании.

Мы пошли дальше и учли весь спектр сенсорных впечатлений от покупки и потребления этого мороженого. Выяснили, какие слова использовались в его описании в рекламе и на упаковке, ведь и они способны повлиять на восприятие: резкие отрывистые звуки напоминают хруст, а мелодичные создают ощущение нежного вкуса. Исследовали разную текстуру упаковки и пришли к выводу, что она, когда вы ее разрываете, должна издавать хрустящий звук, порождая предвкушение хруста самого рожка. Изучили движения при разворачивании — влияют ли они на его вкус? Оказалось, да: круговые движения вместе с резким шелестом упаковки создают контрастное сочетание нежности и хруста. Мы также создали «хрустящую» звуковую мнемонику (звук, с которым в рекламе появляется логотип и крупный план мороженого)

и выбрали «хрустящую» музыку — отрывистое гитарное стаккато. Таким образом, пока потребитель видит и слышит рекламу, берет и разворачивает продукт, сенсорное восприятие формирует его ожидания, которые затем подкрепляются самим продуктом.

Конечно, некоторые сочтут такой подход манипуляцией. «Вы же не улучшаете вкус! — скажут они. — Разве вы не обманываете потребителей, заставляя их верить, что мороженое стало вкуснее?» Но дело в том, что оно *действительно* стало вкуснее. Мы улучшили вкус и усилили удовольствие от мороженого, но сделали это за счет того, что люди воспринимают мир всеми органами чувств одновременно.

Каждая секунда нашей жизни мультисенсорна, хотя большинство из нас этого не замечают. Я глубоко убежден, что осознание этого факта значительно обогатит наше мировосприятие. Наука о чувствах объясняет, как нам повысить качество тренировок и сна, работы, питания и секса, но применить эту науку к жизни — особое искусство: оно предполагает умение сочетать звуки, запахи, цвета и текстуры, чтобы вызвать определенные эмоции. Этим я и занимаюсь, и довольно давно и применительно к очень разным вещам, от мороженого, виски и пива до дорогих автомобилей и универсальных магазинов.

Компании предоставляют мне средства и четко обрисовывают цель. Это позволяет мне соединить научные исследования с практическим применением их результатов. С помощью незначительного сенсорного воздействия я научился вызывать определенные эмоции или инстинктивные реакции. Я знаю, как побудить покупателей заговорить с персоналом магазина и сделать вкус виски более насыщенным и приятным. Я построил успешную карьеру и в некотором смысле создал целую отрасль, рассматривая дизайн всего, чем мы занимаемся, с точки зрения мультисенсорного восприятия. В этой книге я покажу вам, как проделать то же самое со своей жизнью, как научиться жить в мультисенсорном мире, понимая его научную подоплеку и осознавая природу своих ощущений.

И тогда вам, как девочке Дороти, шагнувшей в волшебную страну Оз, откроется куда более яркий и насыщенный мир.

Но прежде чем начать наше мультисенсорное путешествие, давайте разберемся, почему наши чувства имеют над нами такую власть. Они работают на двух уровнях: на одном задействуются эмоции и воспоминания, как в парадоксе прованcальского розового; на другом — глубинные, так называемые кросс-модальные связи. В реальности они тесно переплетены, но мне кажется, что, разделив их, мы лучше поймем мир, в который намерены войти. Поэтому сначала рассмотрим воспоминания и эмоции.

Мы — чувствующие машины

«Мы не думающие машины, способные чувствовать, а чувствующие машины, способные думать», — пишет профессор Антонио Дамасио в книге «Ошибка Декарта: эмоция, разум и человеческий мозг» (*Descartes' Error*: *Emotion, Reason and the Human Brain*). В ней объясняется, почему чувства так сильно влияют на наши действия. Мы склонны считать себя мыслящими существами, принимающими осознанные, рациональные решения, но это не так. На самом деле все наоборот: мы принимаем эмоциональные решения, а затем придумываем им разумные объяснения. А на эмоции можно повлиять с помощью чувственных впечатлений.

Классический пример — покупка дома. Вы начинаете поиски подходящего варианта, вооружившись списком рациональных критериев: например, дом должен находиться не слишком далеко от школы и железнодорожной станции, или в нем обязательно должна быть отдельная комната для домашнего офиса. А затем вы входите в «тот самый» дом и обо всем забываете. У вас возникает ощущение, что этот дом *должен* быть вашим. Нечто неосязаемое вызвало выброс эндорфинов, заставивших вас почувствовать: вот он. Можете считать это своего рода экстрасенсорным опытом, но точнее было бы

назвать его мультисенсорным впечатлением от сочетания неких элементов, пробудившего в вас чувство «дома» или «семьи». Запах, навевающий приятные воспоминания, солнечный свет, заливающий комнату. Мягкий, приглушенный звук, делающий этот дом таким гостеприимным. Картины или украшения, ассоциирующиеся со счастливой семьей и неувядающей любовью. Все это находится в некой сенсорной гармонии, которая передается вам и внушает определенные эмоции. А затем вы подводите под них рациональные аргументы. Да, здесь нет лишней комнаты, зато можно построить домашний офис в дальнем конце сада, это в принципе неплохо, когда рабочее место отделено от жилых помещений. А что далековато от станции, так это даже к лучшему — ежедневная утренняя прогулка вам не повредит.

По мере того как мы накапливаем воспоминания, мы выстраиваем связи между ощущениями и эмоциями. Например, запах солнцезащитного крема повышает настроение — ведь мы им пользуемся, когда счастливы. А зеленый цвет ассоциируется с природой и здоровьем. Запахи, цвета и звуки становятся триггерами для ассоциирующихся с ними чувств и идей. Причем сперва нас охватывает эмоция, и только потом мы понимаем, чтó ее вызвало или с каким воспоминанием она связана.

Помните, что происходит, когда вы слышите мелодию из вашего детства? К вам мгновенно возвращается ощущение тех лет, и лишь потом вы пытаетесь вспомнить название песни. Разбуженная эмоция влияет на ту часть мозга, которая принимает решения, а через нее — на наши поступки. Приходит на ум хрестоматийный образ погонщика и слона. Погонщик — это рациональная часть мозга (префронтальная кора), а слон — эмоциональная часть (лимбическая система), которой управляют ощущения, особенно слуховые и обонятельные. Если слон почует что-то интересное, он направится в соответствующую сторону, и никакой погонщик не сможет этому помешать. Возможно, какой-то запах напомнил слону о детстве, когда он вволю исследовал джунгли. В нем

просыпаются любопытство и жажда приключений, и погонщику остается только подчиниться. Но если мы понимаем, какие эмоции подстегивают нашего слона и какие сенсорные стимулы вызывают те или иные наши мысли и поведение, мы можем вернуть себе контроль над ситуацией.

Так, например, исследователи из Новой Зеландии изучали, как разные стимулы побуждают покупателей выбирать полезную или вредную еду. Сидящих за компьютерами участников эксперимента просили посетить виртуальный супермаркет и сделать трехдневный запас продуктов. При выполнении задания воздух ароматизировался запахом либо свежей травы, либо сладкой выпечки, причем в очень слабой степени (его уловили только 5% участников). Люди, вдыхавшие аромат травы, предпочитали натуральные продукты и покупали более здоровую пищу по сравнению с теми, кто вдыхал запах выпечки. Почти неуловимый фоновый запах вызывал ассоциации со свежестью, зеленой лужайкой и природой, которые побуждали выбирать более полезную пищу.

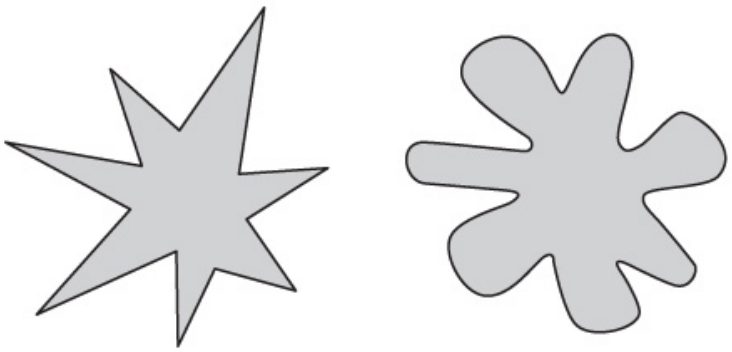
Как воспользоваться эмоциональной реакцией, чтобы управлять слоном? Мы видим: определенный сенсорный стимул запускает воспоминания и эмоции, которые напрямую влияют на наши действия и ощущения. Поэтому следует соединить все компоненты обстановки ради достижения желаемого результата — будь то определенное поведение, ход мыслей или удовольствие от бокала розового вина.

Синестезия

Существует и другой уровень нашего восприятия мира: подсознательное соединение разных ощущений, называемое синестезией. Сам термин отражает тот факт, что наша подкорка связывает различные сенсорные свойства предмета воедино. Для начала ответьте не раздумывая: какой вкус у лимона, быстрый или медленный?

Что первым пришло вам на ум? Практически все говорят, что у лимона быстрый вкус. Я задавал этот вопрос аудитории численностью 200 человек, и все в один голос крикнули: «Быстрый». На просьбу обосновать свой ответ некоторые приводили вполне логичные или, по крайней мере, понятные доводы: «Потому что этот вкус ощущаешь мгновенно», «Потому что он резкий». Встречались и странные объяснения: «Потому что лимон имеет обтекаемую форму, как торпеда», «Потому что лимон желтый, как спортивная машина». На самом деле ни один из ответов не имеет смысла, но все они отражают на первый взгляд странное, но интуитивно понятное соединение разнородных ощущений и чувств.

А вот еще один вариант вопроса. Посмотрите на две фигуры внизу: одна с острыми шипами, другая — с округлыми выступами. У какой из них вкус лимона?



Надеюсь, я сумею предсказать ответ. Вкус у лимона острый и угловатый. А что бы вы ответили, спроси я, какая из двух фигур ассоциируется с молочным шоколадом? Какая больше освежает? Какая более активна?

Просто удивительно, что мы способны распределить почти все запахи, вкусы, ощущения и чувства по шкале между двумя этими фигурами. Мы можем пойти еще дальше, включив в этот список плотность, вес, цвет и высоту звука. Эти интуитивные связи между тем свойством, которое мы распознаем посредством одного из органов чувств, и другими свойствами, распознаваемыми соответственно другими органами, и есть то

дополнительное измерение нашего восприятия, о котором мы даже не подозреваем, — но оно всегда с нами, оно формирует и окрашивает наши ощущения и поведение. И все мы, похоже, одинаково понимаем, что чему соответствует. Жители любой страны мира, скорее всего, согласятся с тем, что вкус лимона быстрый, резкий, пронзительный и яркий.

Перед нами частичная синестезия — «союз ощущений». Полная синестезия встречается редко — приблизительно у одного из 250 человек. Такой индивидуум способен испытывать одновременно два и более ощущений, причем все они абсолютно реальны. Кто-то видит сменяющиеся цвета, когда слушает музыку. Иной слышит звуки, видя цвета в разных сочетаниях. Некоторые синестеты, произнося слово, чувствуют его вкус. В книге «Лягушка, которая квакала синим» (*The Frog Who Croaked Blue*) Джейми Уорд пишет о человеке, который ощущал вкус клубники, говоря «Париж», и сгущенного молока, когда произносил «плюшевый мишка». Его спросили, почувствует ли он вкус клубники со сгущенкой, если скажет «парижский плюшевый мишка»; он попробовал, но у него ничего не вышло — получилось что-то очень резкое и неприятное.

Известно, что синестетами являются многие творческие люди, особенно художники и музыканты, — возможно, именно этим определяется их уникальный взгляд на мир. Василий Кандинский слышал музыку, когда видел цвет, и видел цвет, когда слышал музыку. Говорят, он решил посвятить себя живописи после особенно сильных синестетических переживаний во время исполнения «Лоэнгрина» Вагнера. Впоследствии он так рассказывал об этом событии, изменившем его жизнь: «…мысленно я видел все мои краски, они стояли у меня перед глазами. Бешеные, почти безумные линии рисовались передо мной». Дюк Эллингтон и Леонард Бернстайн также видели цвета, когда исполняли, слушали или сочиняли музыку. По словам Бернстайна, он подбирал музыкальную фактуру и тембр оркестра, словно краску на палитре, — так, чтобы каждый элемент, укладываясь в произведение,

способствовал балансу его композиции, светотени и «музыкального цвета». Говорят, что хроместезия — разновидность синестезии, при которой объединяются музыка и цвет, — была и у Мэрилин Монро. Как писал Норман Мейлер, «у нее такое смешение чувств, которого другие достигают с помощью наркотиков». У Владимира Набокова была графемно-цветовая синестезия — за буквами он видел цвета. Он описывал «синюю, переходящую в фиолетовое, группу с жестяным Ц, влажно-голубым С, черничным К». «Любопытно, — отмечал он, — что большей частью русская, инакописная, но идентичная по звуку буква отличается тускловатым тоном по сравнению с латинской». Список творческих людей с синестезией можно продолжить: Билли Джоэл, Джеффри Раш, Винсент Ван Гог, Мэри Джей Блайдж и, вероятно, Канье Уэст.

Мы до конца не понимаем, как и почему у нас формируется это смешение чувств. Согласно одной из гипотез, это результат нашего опыта взаимодействия с окружающим миром, и синестезия как-то связана с теми метафорами, которые присутствуют в родном языке. Мы видим плод, который тем слаще, чем краснее, и его цвет подготавливает наше восприятие именно к сладкому, а не к какому-то другому вкусу. А когда мы говорим о «кричащем цвете», «остром вкусе» и «слащавой мелодии», то что тут первично: метафоры ли приучили нас к сенсорным связям или они сами возникли как их отражение? Немецкие исследователи обнаружили похожее взаимодействие органов чувств у шимпанзе, показав, что обезьяны ассоциируют высокие звуки с белыми квадратами, а низкие с черными — точно так же, как и мы. Ученые утверждают, что в своей природной среде шимпанзе никак не могли научиться соотносить высоту звука с яркостью цвета, а значит, эта сенсорная корреляция врожденная, сформировавшаяся еще до того, как эволюционные пути наших общих предков разошлись.

Важно помнить, что подобные связи есть у каждого из нас. И, как мы вскоре убедимся, если их задействовать в едином

синестетическом восприятии, чувства способны подпитывать и усиливать друг друга — это называется супераддитивным эффектом. Попробуйте лимонный напиток из стакана с острыми гранями, и вкус лимона покажется вам более резким и бодрящим. В комнате с угловатыми предметами обстановки, наполненной резким, свежим запахом, вы будете чувствовать себя бодрее и лучше соображать, чем в помещении с округлой мебелью и сладким, теплым ароматом.

Я полагаю, что все эти компоненты необходимо объединять и использовать, — чему, собственно, и посвящена моя книга. Я постараюсь показать, как кросс-сенсорные ассоциации, воспоминания и эмоции воздействуют на наше поведение и настроение, как на всем этом сказываются цвет, свет, звук и запах. Мы можем даже проследить свои ощущения в течение дня и выяснить, когда мы наиболее склонны к определенным мыслям и поступкам. Собрав все это воедино, я предложу вам своеобразные сенсорные рецепты с подробным перечнем всех компонентов идеальной обстановки — в зависимости от того, что вы хотите делать, чувствовать или воспринимать.

Сенсорные рецепты

Когда я начал писать эту книгу, я работал над проектом для *John Lewis,* британской сети дорогих универмагов. Вместе с Джо, моим партнером по бизнесу, мы помогали разрабатывать дизайн специального места в отделе товаров для дома, где покупатели могли бы подумать о планировке помещения, выбрать цветовую гамму, материалы, мебель, освещение и предметы интерьера. Следовало создать у них ощущение игры, подстегнуть воображение. При этом покупатели должны были чувствовать себя свободно — брать в руки товары, трогать предметы и образцы материалов, разговаривать с сотрудниками и взаимодействовать с окружающей обстановкой. Обычно мы, британцы, во время шопинга держимся крайне

чопорно, как в музее, где ничего нельзя трогать, а разговаривать можно только шепотом.

Мы приступили к работе над проектом точно так же, как и всегда: попытались найти сенсорные элементы, поощряющие определенное поведение и вызывающие чувства, которые позволили бы пространству выполнить поставленную задачу. Ностальгические, «знакомые» ароматы, такие как запах свежескошенной травы, способствуют креативному поведению, то есть располагают к поиску новых подходов и идей. Под высокими потолками и при неярком освещении мы чувствуем себя менее скованными и у нас включается воображение. Ощущение игры неразрывно связано с яркими красками, а сложные абстрактные изображения настраивают на игру больше, чем минималистский дизайн или реалистическая живопись. Мягкая текстура и теплые на ощупь материалы благоприятствуют сотрудничеству. Можно определить и оптимальный уровень полезного фонового шума, чтобы тот переключал внимание, тем самым побуждая к творчеству. Слишком громкие звуки раздражают, а тишина убаюкивает. Затем этот «сенсорный рецепт» был передан дизайнерам, с которыми мы сотрудничали. Яркая абстрактная живопись, приглушенный свет, мягкие материалы, ностальгические ароматы и негромкий фоновый шум в совокупности создавали обстановку, помогавшую покупателям освободиться от врожденной британской чопорности и дать волю воображению. В этой книге вы найдете множество примеров такого подхода.

Термин «сенсорный рецепт» подсказан идеей, что, подобно тому как врач прописывает лекарства в сочетании с диетой, отдыхом и умеренной активностью (хотя, к сожалению, в большинстве случаев — одни только лекарства), мы можем порекомендовать сочетание звуков, цветов и запахов, которое поспособствует решению конкретной задачи. Этот термин выглядит еще более уместным, если учесть тот полезный эффект — как психологический, так и физиологический, — который показал такой подход в медицине. В середине 1990-х годов в одной из шведских больниц провели эксперимент:

пациентов, восстанавливающихся после операции на сердце, помещали в палату, где воздух был пропитан ароматом ванили, оказывающим успокаивающее действие. Этот запах сочетался с освещением цвета «розовый Бейкера — Миллера»: доказано, что этот оттенок снижает стресс и агрессию, его использовали в армии, чтобы успокаивать буйных солдат в карцере. Атмосферу в палате дополнял звук прибоя, который снижает частоту сердечных сокращений и уровень стресса.

Эксперимент показал серьезный положительный эффект. Пациенты нуждались в меньших дозах обезболивающих, у них снизился уровень стресса, они раньше выписывались из больницы. Сенсорная среда в больницах обычно довольно угнетающая, и мне непонятно, почему такой подход не принят повсеместно. Вместо того чтобы сосредоточиваться исключительно на медицинских аспектах, следовало бы дополнительно позаботиться о психофизическом состоянии пациентов.

Воображаю, что будет, когда идея сенсорного рецепта войдет в арсенал врачей. Пациентам станут вручать карточки наподобие ключа-карты от гостиничного номера, которые вставляются в специальную прорезь у двери (а может, и в персональную «приставку здоровья»!), и тотчас включается свет определенного оттенка и яркости, фоновая музыка и ароматизатор. Все это будет разработано для каждого конкретного заболевания. Вне всякого сомнения, это вполне реально, и исследования показывают, насколько эффективным может оказаться правильный сенсорный рецепт. А до тех пор займемся собственным домом, офисом и повседневной жизнью. С этого и начнем.

Я выстроил главы этой книги вокруг обычного дня, чтобы охватить как можно больше ситуаций, с которыми мы сталкиваемся, — от пробуждения, завтрака и физических упражнений до эффективной и творческой работы. И от устройства мультисенсорного дома до суперсенсорной еды, прекрасного секса и крепкого ночного сна.

Я никогда не сомневался, что нам следует уделять больше внимания ощущениям, и охотно делился своими знаниями в этой области. Меня нередко спрашивали о моей работе, и мой рассказ неизменно вызывал интерес. Выводы хоть и ошеломляли слушателей, но представлялись им разумными и интуитивно понятными. Теперь я попробую применить свои соображения и опыт к разным аспектам повседневной жизни и помочь читателям использовать накопленные мной знания на практике.

Для сопровождения разнообразной деятельности на протяжении дня я составил из звуков, музыки и фильмов плейлисты, доступные на сайте *Sense (www.sensebook.co.uk)*.

На страницах этой книги вы найдете самую разную информацию и, даже воспользовавшись лишь частью советов и рекомендаций, сумеете изменить к лучшему каждую секунду своего дня. Вы больше не станете пить вино под неподходящую музыку или устраивать мозговой штурм при ярком свете за захламленным столом; у вас появится возможность сделать окружающее пространство более благоприятным и гармоничным. Надеюсь, это окажется для вас полезным.

ГЛАВА 1

Утро

Предположим, нынешний день начинается так же, как и большинство других: вы просыпаетесь в своей постели после освежающего сна. Когда вы прочитаете эту книгу и примените на практике предложенные рекомендации, ваша ночь будет спокойной, а внутренние часы должным образом настроятся на природный суточный цикл.

В этой книге мы не раз будем касаться внутренних часов и циркадного ритма, поэтому я вкратце объясню, что это такое. Циркадным ритмом называется двадцатичетырехчасовой цикл биологических процессов, характерный практически для всех живых существ, от микробов и грибов до человека. Это предсказуемый паттерн таких функций, как выработка гормонов, регенерация клеток и активность мозговых волн, — что влияет на сон, настроение и работоспособность. Внутренние часы управляются маленьким участком гипоталамуса, так называемым супрахиазматическим ядром, и ежедневно корректируются в соответствии с ритмом вращения Земли.

Кроме астрономического фактора, на циркадный ритм влияют и некоторые локальные факторы окружающей среды, называемые *цайтгеберами* (от немецкого *Zeitgeber* — «устройство, задающее время», термин принадлежит Юргену Ашоффу, германскому физиологу и основоположнику хронобиологии). Цайтгебером может быть освещение, температура или даже изменение эмоционального состояния в течение дня. С точки зрения мультисенсорного восприятия окружающая обстановка играет чрезвычайно важную роль в поддержании циркадного ритма, подстраивая биологические часы под повседневные дела таким образом, чтобы по завершении дня вы хорошо спали ночью и просыпались отдохнувшим и бодрым.

Пробуждение

Для правильного пробуждения необходим мультисенсорный подход, который поможет вам проснуться и заведет внутренние часы на весь день. Когда вы спите, самыми активными из чувств остаются зрение и слух — как ни странно, обоняние во сне отключается: как показали исследования, мозг регистрирует запахи и во сне, но чтобы вас разбудить, этих сигналов недостаточно. Для пробуждения нужны зрительные образы и звуки; вопрос в том, какие именно.

МЯГКИЙ СВЕТ

С точки зрения нашего циркадного ритма лучший из возможных способов пробуждения — это свет, самый эффективный цайтгебер. Эволюция сформировала нас так, что мы бодры, энергичны и умственно активны днем, а ночью отдыхаем и восстанавливаем силы. Поэтому лучше всего было бы каждое утро просыпаться под ясным голубым небом. В лаборатории сна в Колорадо исследователи измеряли циркадные ритмы, а также уровень мелатонина — «гормона сна» — у группы туристов, остановившихся в Скалистых горах. Люди, ночевавшие в домиках с электрическим освещением, не только просыпались позже: утренний выброс мелатонина — гормона, который вырабатывается во время сна, — продолжался у них еще около двух часов после подъема, вызывая вялость. Это состояние называется «инерцией сна» и может доставлять серьезные неприятности. Участники эксперимента, ночевавшие в палатках, ложились спать и просыпались приблизительно на два часа раньше, чем обычно, и утренний выброс мелатонина приходился на самое подходящее время — за час до пробуждения. Длительное воздействие естественного освещения уравновесило уровни гормонов и режим сна, синхронизировав циркадный ритм и внутренние часы.

Тем не менее в повседневной жизни мы не можем проводить каждую ночь под звездным небом (а многие и не хотят).

Раздвигать занавески на ночь тоже не всегда возможно — из-за светового загрязнения или любопытных соседей. К тому же мы все равно не встаем вместе с солнцем, особенно в темную зимнюю пору. Но у нас есть возможность приблизиться к естественным условиям с помощью «светобудильника». Исследования будильников с имитацией рассвета дали обнадеживающие результаты. Ученые из Нидерландов опробовали светобудильники разной интенсивности на людях, жаловавшихся на инерцию сна; воздействие таких будильников на уровень гормонов оказалось менее выраженным, чем у естественного света, но симптомы инерции сна значительно ослабли, и испытуемые просыпались более бодрыми и в лучшем настроении. Во всех случаях оптимальные результаты давали бело-голубые лампы с цветовой температурой 6500 К, имитирующие дневной свет. Впрочем, в одном из экспериментов те же нидерландские исследователи выявили положительное воздействие менее яркого и более теплого света. Ученые измеряли время реакции у 16 женщин, просыпавшихся при разном освещении, и выяснилось, что оптимальный эффект достигался при 2700 К (цвет и яркость обычной лампы накаливания мощностью 60 ватт). Это радует, поскольку все преимущества утренней бодрости могут быть сведены на нет неприятными ощущениями от яркого флуоресцентного света, как будто вы проснулись в операционной.

Итак, для комфортного пробуждения свет должен быть достаточно ярким, но в то же время мягким и теплым. Нежный розоватый оттенок задействует наши привычные ассоциации и создаст позитивное настроение и ощущение свежести и весны. Если мы хотим гармонизировать наши ритмы со световым днем, без естественного освещения не обойтись. Чтобы крепко спать по ночам и правильно настроить цикл сна и бодрствования, необходимо бывать на улице. Старайтесь проводить не меньше двух часов в день в условиях естественного освещения, и вы ощутите перемены к лучшему; если это невозможно, светобудильник поможет уменьшить

инерцию сна и улучшит настроение, особенно если дополнить его соответствующим звуковым фоном.

ТИХИЕ, ЕСТЕСТВЕННЫЕ ЗВУКИ

Стандартное пробуждение от вагнеровского грохота будильника, напоминающего сигнал тревоги, — далеко не самое приятное начало нового дня. Говорят, у нас всего два врожденных страха — падения и громких звуков, и поэтому стимуляция эволюционного механизма «бей или беги» одновременно с пробуждением не только неразумна, но и потенциально опасна. В статье доктора Уильяма Уайта, заведующего кафедрой гипертензии и клинической фармакологии Коннектикутского университета, говорится о том, что во сне кровяное давление может снижаться на 30%, а после пробуждения возвращаться к нормальному уровню. По мнению Уайта, «утренний скачок давления», как он его называет, повышает вероятность остановки сердца в первые несколько часов дня. Поэтому резкое пробуждение — не самая хорошая идея. Особенно в понедельник! Японские исследователи, измерявшие кровяное давление у 175 жителей небольшого городка в окрестностях Токио, обнаружили, что максимальные значения наблюдаются утром в понедельник, а минимальные — в воскресенье. Эти данные согласуются с тем фактом, что статистически значимое число сбоев в работе сердечно-сосудистой системы приходится именно на понедельник. Куда уж хуже?

Во сне слух не отключается. По мнению известного исследователя сна Чарльза Цейслера, наш мозг регистрирует даже самые тихие звуки, делая сон менее глубоким. И эту особенность можно использовать. Когда звонок будильника резко прерывает сновидение или глубокий сон, мы просыпаемся заторможенными, поэтому идеальный звуковой будильник — тот, который пробуждает нас постепенно, пока мы окончательно не проснемся. Едва слышный звук должен понемногу нарастать до комфортного уровня.