M.A. Semester II

unit I, Paper 5

Cognitive Psychology

Topic Subliminal perception

जब व्यक्ति द्वारा वैसे उद्दीपन का भी प्रत्यक्षण किया जाता है जिसकी तीव्रता चेतन पहचान या चेतन अवगतता से काफी कम होता है इस प्रकार के प्रत्यक्षण को अवचेतन प्रत्यक्षण (Subliminal perception) कहा जाता है
व्हिटेकर (Whittakar, 1970) ने अवचेतन प्रत्यक्षण को परिभाषित करते हुए कहा है कि चेतन पहचान या अवगतता के देहली के नीचे के प्रत्यक्षण को अवचेतन प्रत्यक्षण कहा जाता है

अमेरिका के न्यू जर्सी थियेटर में एक प्रयोग किया गया था जिसके परिणाम का प्रकाशन एक अखबार में किया गया। जब थियेटर में सिनेमा दिखलाया जा रहा था पर्दे पर 1/3000 सेकंड के लिए इन शब्दों को प्रसारित किया जा रहा है 'Eat popcorn' तथा "Drink Coca-Cola" अल्प अवधि के लिए इन शब्दों को दिखाने का उद्देश्य यही था कि वे ठीक से पहचाना नहीं जा सके। थियेटर के प्रबंधक ने बाद में बतलाया कि इस तरह के प्रसारण से पोपकॉर्न की बिक्री करीब 50% प्रतिशत बढ़ गयी तथा इसी अनुपात में कोका-कोला की भी बिक्री बढ़ गयी। प्रबंधक इस निष्कर्ष पर पहुँचा कि अल्पतम अवधि के लिए प्रसारण के बावजूद व्यक्तियों द्वारा इन शब्दों की पहचान की गई और उनका प्रत्यक्षण किया गया। इस तरह के प्रत्यक्षण के कारण

है पोपकार्न तथा कोका-कोला की बिक्री में वृद्धि हुई जिसे अवचेतन प्रत्यक्षण कहते हैं।

किन्तु मनोवैज्ञानिकों द्वारा इस तरह की प्रायोगिक परिस्थिति के तीव्र आलोचना इस आधार पर की गयी है कि उनमें अन्य वैज्ञानिकों प्रयोगों के तरह प्रयाप्त नियंत्रण की कमी होती है। मुडमुंड, उनोथ तथा बेन्नीन ने एक प्रयोग करके अवचेतन प्रत्यक्षण का अध्ययन किया है। इस प्रयोग का उद्देश्य यह था कि उद्दीपकों का अवचेतन प्रस्तुतीकरण (Subliminal representation) का प्रभाव व्यक्ति के प्रत्यक्षण पर पड़ता है इस प्रयोग में प्रयोज्यों में एक मानव चेहरे की आकृति अनावरण उपकरण से दिखलाया गया। इसी अनावरण अवधि में प्रयोज्यों को दो शब्द 'Happy' या 'Angry' में से आकस्मिक रूप से कोई एक शब्द इतना अल्पावधि के लिए भी दिखलाया जाता था कि प्रयोज्य इन शब्दों को चेतन रूप से न पढ़ सकते थे तथा न पहचान कर सकते थे परिणाम में देखा गया कि यद्यपि इन शब्दों को चेतन रूप से प्रयोज्य नहीं पढ़ सकते थे फिर भी उनसे चेहरे का प्रत्यक्षण प्रभावित हुआ। प्रयोज्यों उन प्रसारों में चेहरे को सुखदायक बतलाते थे जिनमें Happy शब्द का प्रसारण किया गया था। प्रयोग के परिणाम से स्पष्ट है कि 'Happy' तथा 'Angry' दो शब्दों को जिन्हें अवचेतन रूप पर प्रयोज्यों को दिखलाया गया था प्रयोज्यों द्वारा प्रत्यक्षण किया गया।

Kumar Patel
Mahamaya College Aaw