Автор: admin
05.05.2014 15:39 -

Шунгит: поможет там, где не болит?

Шунгитовые египетские пирамидки, шунгитовая мазь, тампоны из шунгита, шунгитовая грязь, фильтры для воды, ванны, примочки, концентрированная шунгитовая вода «Роса», шунгитовый пояс, коврик, бусы, минерализаторы. Берите амулеты из шунгита на экзамены, на прием к зубному врачу, облицовывайте стены домов шунгитом снаружи и отделывайте интерьеры комнат. Спинная накладка – от радикулита, настольная пирамидка – спасательный круг в патогенном море, очистка воды от всего, включая бактерий.

«Породы обладают превосходными сорбционными, каталитическими и бактерицидными свойствами (срок хранения до начала эксплуатации – 4 года)».

Шунгит лечит, спасает, очищает, приносит богатство, омолаживает, является проводником в тонкий мир.

Шунгит не калечит, не загрязняет, не старит, не является предметом поклонения, не мешает протеканию политических процессов, не радиоактивен.

По правде сказать, из того бесчисленного количества материала, посвященного шунгиту в литературе и в Интернете, мне не удалось обнаружить никаких действительно серьезных научных материалов, подтверждающих необыкновенные свойства шунгита.

Зато, анализируя статьи, посвященные целебным свойствам шунгита, я обнаружил множество несоответствий, нелогичностей и просто несуразностей. Связано это с тем, что материалы пишутся по заданной схеме (свидетельства о чудесных исцелениях – краткая «научная» база – краткая история с намеками на мудрость предков – инструкция по применению – адрес и название торгующей организации), пишутся людьми, не очень хорошо разбирающимися в предмете, зато очень торопящимися запустить продукт. Вера в товар присутствует, препятствия не замечаются, цель определена – за работу, товарищи…

Вот лишь один пример таких противоречий.

Фрагмент научно-популярной статьи о шунгите, которую перепечатало, видимо, за неимением лучшего, уже несколько сотен интернет-ресурсов: «Впервые о земном существовании уникального вещества научный мир узнал после того, как один из бывших советских ученых исследовал в Аризонском университете (США) образцы карельских шунгитов, и к удивлению обнаружил там углеродные глобулы с фуллеренами».

А вот цитата с сайта Геологического общества США из научно-исследовательского отчета о содержании фуллеренов в различных породах: «Авторы… не нашли фуллерены в богатых углеродом породах шунгита в области Онежского озера, Карелия, Россия».

Итак, в одном месте на английском языке написано, что фуллеренов в шунгите нет, а в сотнях других мест на русском – что они там присутствуют. Независимо от того, есть на самом деле фуллерены в шунгите или их там никогда не было, или они там есть, но частично или не везде, и так далее, позвольте задать несколько вопросов.

На какое из сообщений потенциальный покупатель наткнется быстрее? Какую статью – научную или популярную – ему будет легче читать и воспринимать? Захочет ли он поверить о чудодейственных свойствах веществ, могущих мгновенно улучшить его здоровье, если в одной статье про это говорится, а в другой нет ни слова? Стимулирует ли такая информация читателя стать покупателем? Какая информация охотнее запоминается и передается?

Выводы предлагаю делать самостоятельно.

Значит ли это, что шунгит – очередная фальшивая пустышка, несущая материальное процветание лишь умело раскрутившим дело продавцам? На мой взгляд, не значит, просто это очень вероятно. Возможно, что отфильтрованная шунгитом вода действительно очищается. Хуже от нее еще никому не было. По крайней мере, я не слышал, чтобы умирающие на шунгит жаловались. Кстати, эффект плацебо еще никто не отменял.

Никто же не сомневается в очищающих (а вернее, адсорбирующих) свойствах активированного угля. А почему? Привыкли. А шунгит – открытие новое, к нему тоже привыкнуть нужно. Пользоваться же им можно уже сейчас.

Немногие видят принципиальные различия между открытием и изобретением. Между тем, разница огромна. Например, есть же разница между научным открытием электричества как явления, изобретением принципа передачи сигнала на расстоянии, основанного на этом открытии, и серийно произведенным телефоном на основании сделанных ранее открытия и изобретения (кстати сказать, достаточно дешевого, чтобы быть коммерчески прибыльным).

Точно так же есть разница между открытием явления очищения воды сорбентами, изобретением приспособления, позволяющего эту воду чистить, и массовым производством для продажи установок, способных удовлетворить потребности людей в такой очистке.

А возможен вариант, когда коммерчески выгодное производство налажено без серьезных подтверждений серьезной наукой? Да сколько угодно! Но тогда для успешного сбыта обязательно присутствуют чисто манипуляционные психологические факторы – таинственность, сенсационность и ажиотаж. Надо сказать, что в истории с шунгитом они присутствуют.

Сенсационность проявляется в якобы необычных свойствах воды, пропущенной через шунгит, которая якобы приобретает лечебные свойства, «структуру родника», и в профилактике тех болезней, которые обычно наиболее распространены. Такие слова, как «профилактика» заменяются на «исцеление» или, на худой конец, «стопроцентный эффект».

Таинственность проявляется в употреблении загадочных слов, терминов и целых фраз, очень убедительных и похожих на медицинские. Приводятся некие свидетельства о чудесах, необъяснимых, но связанных с применением упомянутого вещества.

За счет ажиотажа копеечная порода, добывать которую, видимо, дешевле, чем каменный уголь, приобретает вполне приличные проценты торговой наценки.

Нужно сказать, что анализы исходной воды и воды, пропущенной через шунгитовые фильтры, различаются по ряду показателей. Похоже, шунгит действительно не хуже активированного угля сорбирует хлор и хлорсодержащие соединения, фенолы, нерастворимые соли (карбонаты, оксилаты и др.) и лучше угля расправляется с гуминовыми веществами, то есть микрофлорой. Но это значит лишь то, что шунгит можно применять для водоочистки. Это является открытием, а не изобретением. Это значит, что есть смысл продолжать исследования, и есть смысл довести их до практического применения фильтров в быту. Но таинственность и ажиотаж желательно из дела убрать.

Вообще, мало существует покупателей, которых действительно интересует, что там, по этому поводу, говорит наука, и вряд ли они будут это перепроверять. Покупателя интересует только три вещи – чтобы работало, было полезно и была доступной цена. Иногда к этому списку добавляется еще один пункт – чтобы было престижно. В этом отношении шунгит вышел из тени – сработала рекламная компания. Шунгит работает, полезен, доступен. Хотя, на мой взгляд, разница между себестоимостью шунгита и его продажной ценой так же велика, как у водки, купить его может (как и водку) любой. Шунгит странным образом престижен даже в определенных слоях общества, хотя, скорее всего, это долго не продлится.

Какой же вывод можно из всего этого сделать? Да никакого. Покупать шунгит, пользоваться или нет? Не знаю. Те, кто уже решил приобрести шунгитовые изделия, скорее всего их приобретут. Тот, кто сомневается, будет сомневаться, а потом перестанет.

Есть вещи объективные, на которые нельзя влиять. А есть вещи, про которые принято думать, что люди могут в них что-то менять, а на самом деле это заблуждение. Шунгит как товар в соответствии со своими товарными качествами проживет все фазы своей торговой истории, а потом займет свое определенное неизвестно кем место на полке. Неизвестно кем определенный ряд людей получит неизвестно почему именно такую прибыль, другие получат исцеление, удовлетворение, раздражение и т.д.

Что получите от этого вы – вам и выбирать.

Автор - **Дмитрий Ивановский**
Источник