

СУБЛІМІНАЛЬНА РЕКЛАМА АБО

25

КАДР



ПОПОВА МАРІЯ, 4 КУРС

25-й кадр - методика впливу
на свідоме та несвідоме людей
за допомогою вставки в
відеоряд прихованих
повідомлень у вигляді
додаткових кадрів

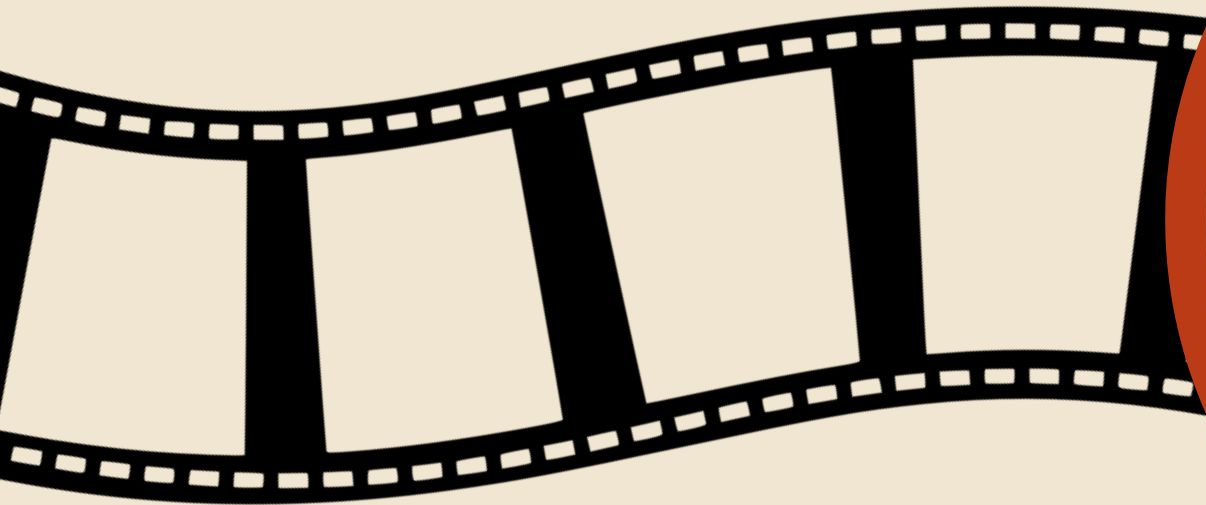




Ідея полягає в тому, що зір людини нібито здатний розрізнити не більше ніж **24 кадри** в секунду.

Тому **чужорідний кадр**, що показується менш ніж на $1/24$ секунди, впливає відразу на несвідоме. Але згодом для обробки інформації підключається і свідоме.

Насправді, **25-й кадр** прихованим не є:
кожен кадр відзначається оком
спостерігача, але через інертність зору
зливається з подібними і не виділяється
людиною



1957 РІК

Джеймс Вікері заявив, що Під час показу фільму «Пікнік» у моменти зміни кадру демонструвалася прихована реклама, така як «Кока-кола», «Їжте попкорн»

Фільми показувалися протягом всього літа 1957 року. Продаж кока-коли в буфеті кінотеатру, за заявою Вікері, підвищився на 17%, а попкорну — на 50%





1957 рік - Джеймс Вікері відкрив фірму "Subliminal Projection Company", що спеціалізувалась на прихованій рекламі

1958 рік - наявність психологічного ефекту 25 кадру було офіційно спростовано Американською психологічною асоціацією

1962 рік - Джеймс Вікері визнав, що експерименти, що підтверджують вплив, були сфабриковані



24 кадри
кількість кадрів,
що змінюються
в секунду

1957 рік
проводить "дослідження",
відкриває фірму



Джеймс Вікері
(1915-1977),
американський бізнесмен,
ідеолог 25 кадру

1958 рік
наявність психологічного впливу
25 кадру було спростовано АПА

25 кадр
додаткова вставка у
відеоряд, що містить
приховану рекламу

0,03
час, який
людина бачить
25 кадр

A graphic featuring a checkered flag pattern in the upper left and a racing flag with a black and white diagonal pattern in the upper right. A thick, light beige diagonal line runs across the center of the image.

ДОСЛІДЖЕННЯ, ЯКІ ВІДБУЛИСЯ:

Дослідження Canadian Broadcasting Corporation

Рекламна агенція під час популярної телепередачі «Close-Up» транслювала вставки з текстом :
«Дзвони прямо зараз!».

Результат: кількість дзвінків від цього не збільшилася

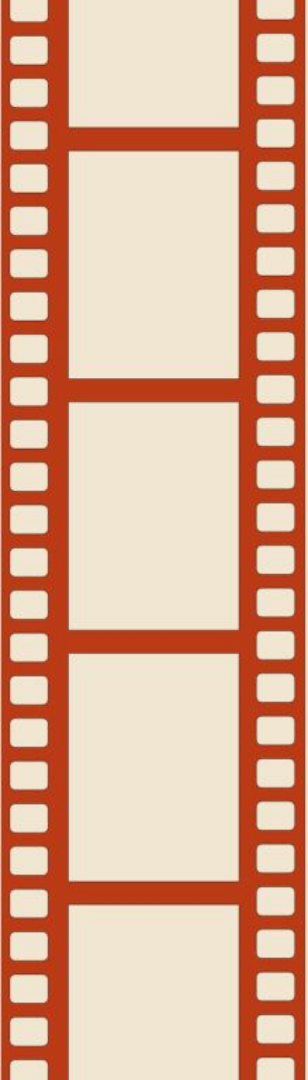


Дослідження Нідерландських вчених

Вчені **підтвердили вплив 25-ого кадру** на несвідоме людей.

Але **при певних умовах**: приховану рекламу необхідно оформляти у вигляді буквених або цифрових значень, що стрибають. Плюс вчені вивели інший час дії. Для отримання ефекту 25 кадр має перевищувати $1/25$ сек

РЕКЛАМА



ЕКСП
ЕРИМ
ЕН
ТМ



ВИСНОВОК:

Отже, мені здається що 25-ий кадр дійсно може бути технікою, яка працює. Але стільки років багато вчених стовідсотково не можуть підтвердити її існування тому, що розуміють - це може бути небезпечною технологією в руках бізнесу, яку важко буде побачити одразу.