

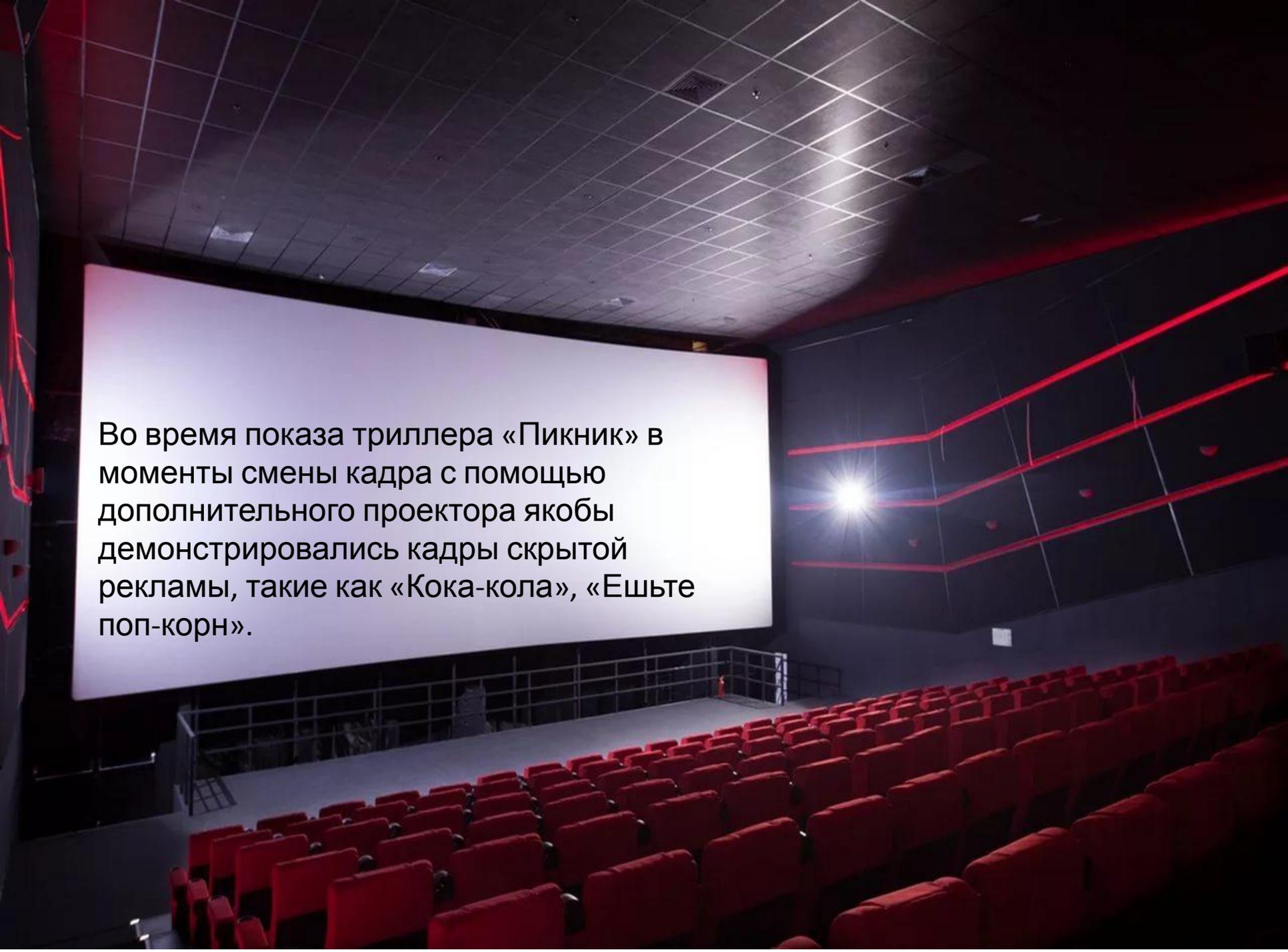


Половинко
Дмитрий 49ППА

**СКРЫТЫЙ
ТЕКСТ**

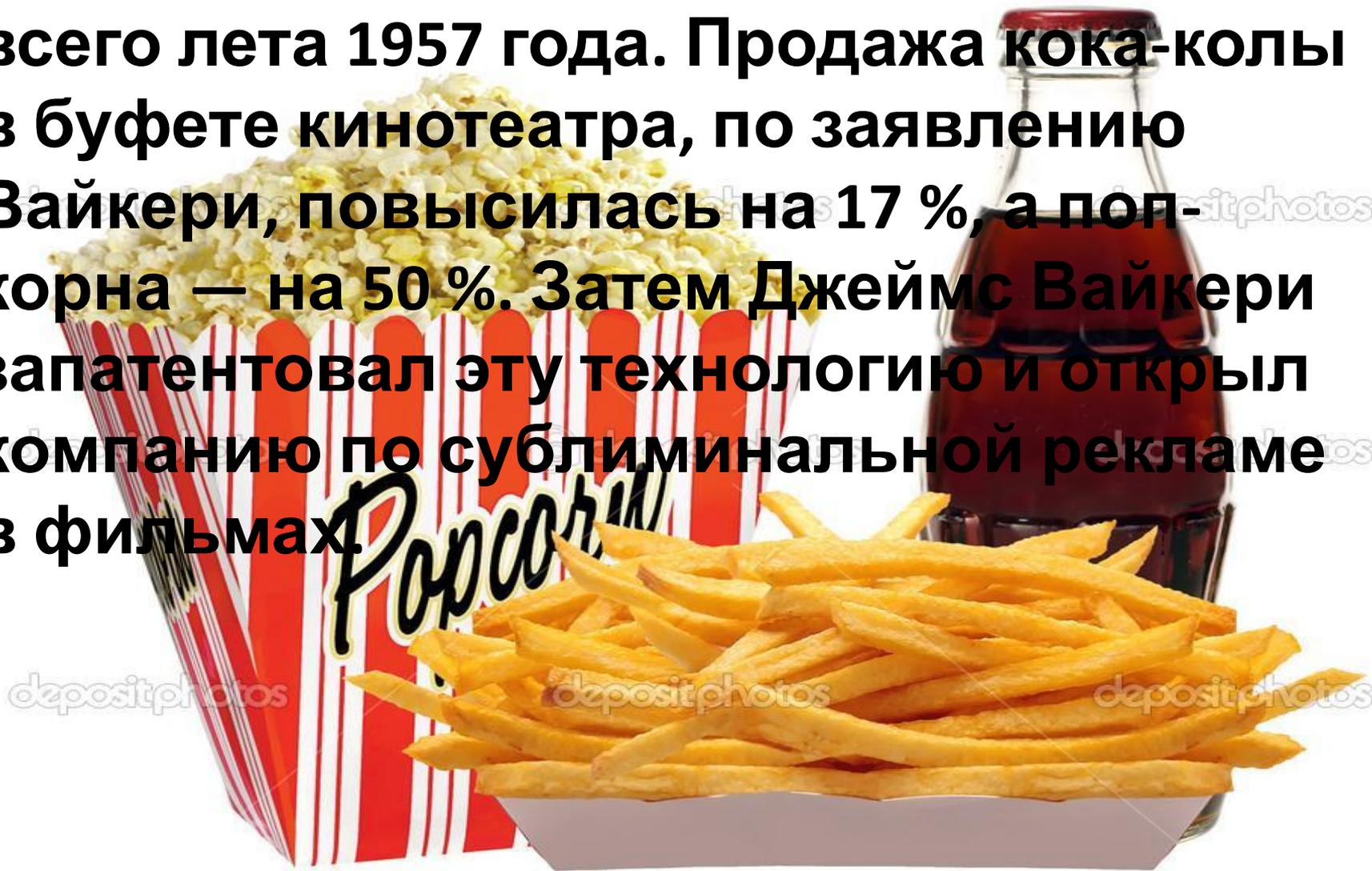
**СКРЫТЫЙ
ТЕКСТ**

**25-й кадр-вымышленная методика
воздействия на подсознание людей
посредством вставки в видеоряд скрытой
рекламы в виде дополнительных кадров.**



Во время показа триллера «Пикник» в моменты смены кадра с помощью дополнительного проектора якобы демонстрировались кадры скрытой рекламы, такие как «Кока-кола», «Ешьте поп-корн».

Фильмы показывались на протяжении всего лета 1957 года. Продажа кока-колы в буфете кинотеатра, по заявлению Вайкери, повысилась на 17 %, а попкорна — на 50 %. Затем Джеймс Вайкери запатентовал эту технологию и открыл компанию по сублиминальной рекламе в фильмах.

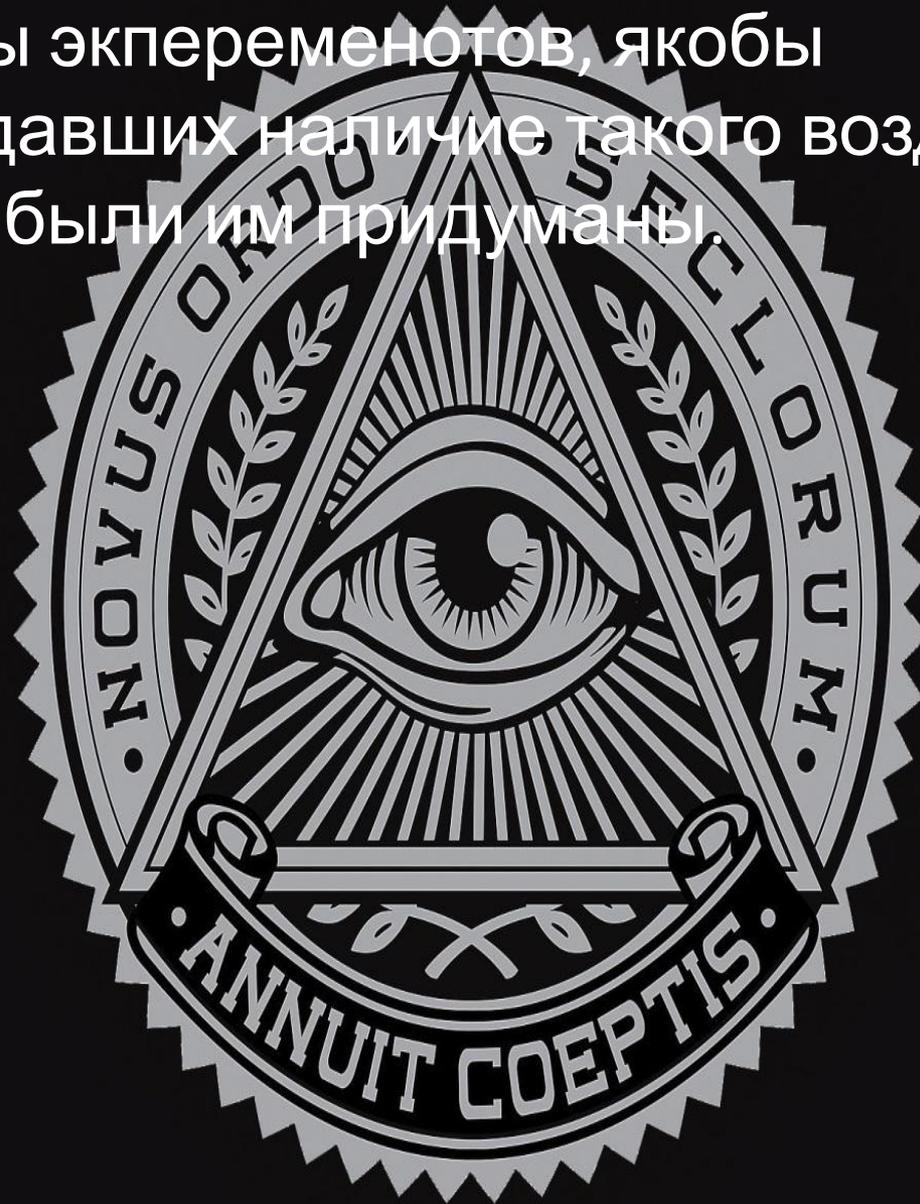


depositphotos

depositphotos

depositphotos

Автор метода Джеймс Викери признал, что результаты экспериментов, якобы подтверждавших наличие такого воздействия на людей, были им придуманы.



Идею этой обманной технологии ему подсказал недавно изобретённый тахистоскоп, прибор, дающий короткие вспышки света до $1/60000$ секунды. Столь короткие импульсы человеческое сознание не фиксирует, то есть они ниже порога восприятия.



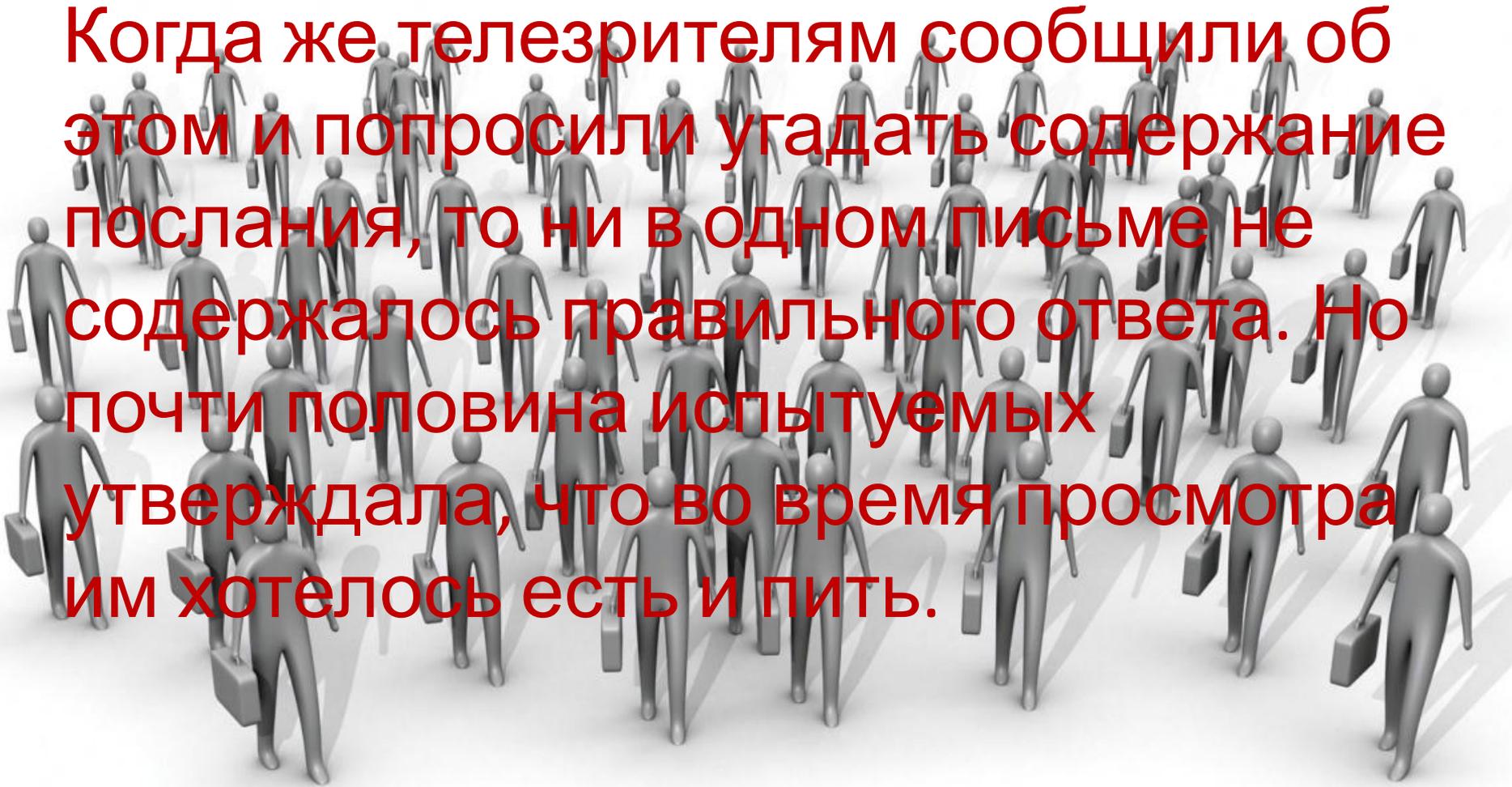
С их помощью фирма «Кодак» получила уникальные фотографии пули в полёте. Вайкари же придумал этим импульсам иное применение.



В 1958 году рекламное агентство Canadian Broadcasting Corporation во время популярной телепередачи «Close-Up» транслировало вставки с текстом «Звони прямо сейчас!» , но количество звонков от этого не увеличилось.



Когда же телезрителям сообщили об этом и попросили угадать содержание послания, то ни в одном письме не содержалось правильного ответа. Но почти половина испытуемых утверждала, что во время просмотра им хотелось есть и пить.



MONDAY
march, 11 2013

NEWS

№ 34747/53

Only fresh news

founded 1953

В 1990-е годы — с опозданием почти на 40 лет — усилиями «жёлтой прессы» в России возрастает интерес к 25-му кадру. В газетах появляются статьи о «зомбировании населения», реклама видеокассет для изучения английского языка, лечения различных заболеваний (например, алкоголизма) с помощью 25-го кадра. Газетные статьи перепечатывались столько раз, что мало у кого возникали сомнения в их истинности.¹ Более того, были даже приняты соответствующие законы.

...focus on

...system applies. Financial news

...new year. Financial account

...opens all over the world.

...account
...opens all over the world.

КОДЕКСЫ ✦ ЗАКОНЫ ✦ НОРМЫ

УГОЛОВНЫЙ КОДЕКС

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ozon.ru

В российском законодательстве использование 25-го кадра, равно как и других методов скрытой рекламы, запрещено. Не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции и распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путём использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.



Манипуляция существует, но не нужно её прятать в 25 кадр. Нам кажется, что запретив его, мы избавимся от нежелательного воздействия, но манипулируют везде. Главное, чтобы вы думали головой.