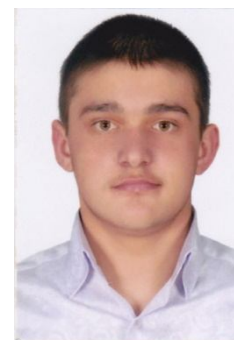


ПСИХОЛОГІЯ 25 КАДРУ

Кульчицький І.С., студент 1 курсу магістратури спеціальності «Агроінженерія»

Керівник: к. психол. н., доцент Васильєва О.М.

Подільський державний аграрно-технічний університет



Перші розробки, пов'язані з впливом елементів відео на підсвідомість людини, були здійснені в 50-х рр. ХХ століття Дж. Вайкері. У Нью-Джерсі ним був проведений експеримент. Під час показу фільму демонструвалися кадри прихованої реклами. Своє сенсаційне відкриття Вайкері пропонував використовувати в рекламній діяльності для малозатратного і швидкого збільшення обсягу продажів. Цей прийом отримав назву 25-го кадру. В основі теорії лежить положення про те, що людське око в силу фізіології здатне вловлювати лише 24 кадри в секунду. Поріг зорової чутливості не перевищує частоту 24 Герц. При збільшенні цієї частоти людське око перестає реагувати на різку зміну картинки, реєструючи лише плавне переміщення кадрів. Прийнята за стандарт швидкість показу відеофільму - 24 кадри в секунду. Нерухома картинка проектується на екран протягом 1/48 секунди. Таким чином, 25-ий кадр, несучи в собі приховану для свідомості інформацію, проникає в підсвідомість. Щоб ефект 25-го кадру почав свій вплив необхідне використання двох синхронізованих проекторів. Один з них проектує на екран відео з класичним набором кадрів, допоміжний в свою чергу виводить на екран нерухоме зображення, яке й виступає 25-м кадром. Це відбувається в той момент, коли об'єктив основного проектора закритий obturatorом. Для того, щоб дана нерухома картинка «засіла» в свідомості людини, необхідно дотримуватися двох параметрів: яскравість 25-го кадру повинна бути нижчою середньої яскравості основного фільму, а тривалість значно меншою за 1/48 секунди. Зашифрована інформація такого кадру підбирається безпосередньо психологами з урахуванням особливостей цільової аудиторії, і відбувається *сугестія (навіювання)*- процес впливу на психіку людини, пов'язаний із зниженням критичності сприйняття навіюваного змісту, який не потребує ні розгорнутого логічного аналізу, ні оцінки. Навіювання здійснюється з метою створення певних станів чи спонукання до певних дій. Ступінь навіюваності для кожної людини індивідуальна, адже можливий вплив таких факторів як: тривожність, низька самооцінка, лякливність, почуття неповноцінності, слабкість логічного аналізу. Одна з форм сугестії - непряма. Саме цей метод за теорією Вайкері застосовується під час впливу 25-го кадру на свідомість людини.

Дослідженням цієї проблеми займалися як зарубіжні, так і вітчизняні фахівці. Проаналізувавши наукові джерела, виділимо найбільш переконливі аргументи, які спростовують ефект впливу 25-го кадру на свідомість і психіку людини. *По-перше*, до проникнення в свідомість, інформація проходить первинну «неглибоку обробку» (shallow processing) на рівні підсвідомості. Якщо за короткий проміжок часу свідомість не зреагує на потік ззовні, він втрачається. Тому, така інформація не перевищує порогу важливості, і, отже, витісняється надходженням інших даних. *По-друге*, «розова сліпота» (mental blindness) як один з страхувальних механізмів. Виділення інформації людським мозком залежить від зацікавленості і тривалості впливу (Н-д: несподіваний звук поїзда змушує мозок зреагувати за соту частку секунди. Але ми не запам'ятаємо особи людей в натовпі, навіть перебуваючи в ньому тривалий час). *По-третє*, безсумнівно, інформація, яка надається в 25-му кадрі, може слугувати натяком на якусь певну дію, але не більше того.

Вплив 25-го кадру на свідомість і поведінку людини нічим не відрізняється від інформації на рекламному щиті, повз яку ми проходимо щодня, навіть не запам'ятовуючи її. Це просто вдало розрекламований бренд, чергова видумка рекламодавців задля заробітку. Хоча віра в «чудо - дію» наскільки сильна в деяких людей, що вони дійсно починають помічати, що менше стали палити, чи трохи схудли. В результаті і виходить, що «25 кадр» діє, але насправді людина сама все змінює і ще й платить за це гроші.