**Проектно-исследовательская работа**

**По теме: “25 кадр – миф или реальность”**

Выполнил ученик 9 “А” класса

Матвеев Дмитрий

Руководитель Усачев А.Ю.

Москва 2017

**Оглавление:**

**Введение**

**Глава 1. Теоретическая часть**

* 1. Что такое 25-й кадр
  2. История появления эффекта 25 кадр
  3. 25 кадр в современном мире
  4. ‘Тест на желание’

**Глава 2. Опытно-экспериментальная часть**

2.1 Выбор программы

2.2 Создание видеоролика

2.3 Тест: “Проверка эффекта 25 кадра”

**Заключение.**

**Список источников информации**

**Введение**

Тема 25 кадра в современном мире вновь приобрела свою актуальность. о данном феномене не так много известно, точной информации о конкретном воздействии или наоборот полное его опровержении нет. Все суждения и мнения неоднозначны, все специалисты приводят разные данные. Возникало много споров на эту тему, и нужно было уже наконец то разрешить все вопросы.

Я занялся этой проектно-исследовательской работой исходя из следующего:

* Мне интересна тематика 25 кадра.
* У меня имеется опыт в создании видеороликов, поэтому я не видел сильных затруднений в основной части работы.
* Я действительно хочу узнать больше о взаимодействии 25 кадра на подсознание человека и провести свой собственный опыт

Моя цель: узнать, действительно ли возможна вставка в видеоряд скрытой рекламы, и если да, то имеет ли она какое-либо воздействие на подсознание человека.

Мои задачи:

1. Проанализировать литературу и интернет источники.
2. Изучить программное обеспечение, позволяющее выполнить вставку 25 кадра.
3. Создать видеоряд, используя методику 25 кадра.
4. Показать данный видеоряд ученикам некоторых классов.
5. Провести ‘Тест на желание’, чтобы узнать наклонности человека после просмотра видеоряда.
6. Сделать вывод о воздействии 25 кадра на человека.

Гипотеза: мы осознаем все 24 кадра, то 25-ый минует наше сознание и действует прямо на подсознание.

**Глава 1. Теоретическая часть**

**1.1 Что такое 25 кадр**

25 кадр – это методика воздействия на подсознание человека путем вставки в видеоряд скрытой информации в виде дополнительных кадров.

Всем известно, что фильм состоит из кадров. Кадр – это просто картинка. Иначе говоря, видео – это процесс быстро сменяющихся картинок. За 1 секунду сменяется примерно от 21 до 24 картинок, если их количество будет меньше, то пропадёт сам эффект видеозаписи, человеческий глаз будет различать процесс смены картинок, чего в фильме быть, конечно же, не должно. Если же кадров будет 25, то время показа каждого будет 4 сотых секунды. Самое интересное в том, что мы хоть и видим все кадры, 25 не замечем.

Методика 25 кадра имеет еще одно название – сублиминальное влияние, то есть скрытое воздействие. Естественно, что этим незамедлительно начали пользоваться всякие целители. В интернете можно найти огромные количество программ, распространители которых обещают избавление от лишних килограммов. Причем, не нужно придерживаться никаких диет или изнурять себя физическими упражнениями. Вам просто надо скачать видеоролик с 25 кадром и просматривать его по полчаса в день, при этом не нужно отказывать себе в любых блюдах и их количестве. Чем более продвинута методика, тем меньше существует возможностей скачать ее из сети. Как правило, такие методики стоят недешево. По словам продавцов, эффективность тренинга просто волшебна и превзойдет все ваши ожидания.

**1.2 История возникновения 25 кадра**

В начале прошлого века немецкий ученый Франк делал попытки изучения работы подсознания с помощью кино, но не добился успеха, так как в то врем было мало технических возможностей для экспериментов. Позже, когда появлялась реклама, она стала инструментом для работы с подсознанием.

Американский консультант по рекламе Джеймс Вайкери (James Vicary) заявил, что провел в кинотеатре города Форт Ли, Нью-Джерси следующий эксперимент. Летом 1957 года при показе триллера «Пикник» на протяжении шести недель 50 тысячам зрителей при помощи дополнительного кинопроектора (тахистоскопа) демонстрировали кадры со скрытой рекламой: «Coca-Cola» и «Ешьте поп-корн». В результате в буфете театра продажи Кока-Колы возросли на 17%, а поп-корна – на 50%. Так утверждал Вайкери.

Для проведения эксперимента в кинозале был установлен еще один проекционный аппарат. Кинопроектор устроен таким образом, что после выдачи кадров закрывается шторкой или обтюратором. Такая технология используется, чтобы на экран не поступало свечение от аппаратуры. В образовавшуюся паузу на экран выводят 25 кадр. Для этого нужен еще один проектор, который воспроизводит нужную информацию. При этом соблюдается условия. Изображение 25 кадра должно быть светлее, чем остальные кадры, транслируемого фильма, передачи или мультика.

Во время демонстрации фильма на некоторые доли секунды проецировал на экран текст: ‘Попкорн’ и Кока-кола’. По его мнению, неразличимый текст должен был достичь подсознания, минуя сознание. Результаты продаж были просто потрясающими.

Еще после эксперимента Вайкери некий журналист Норман Казинис написал статью, в которой он рассуждал, где могли бы применять эффект 25 кадра телевизионщики и политики. Он рассуждал о том, что таким образом есть возможность контролировать людей, зомбировать их и заставлять делать то, чего они не хотят.

ЦРУ, КГБ и другие им подобные организации не прошли мимо этой разработки и тому есть множество свидетельств. То и дело вспыхивают скандалы: там вклеивают "невидимые" кадры в сетку телевещания для очернения одного кандидата, там - для прославления другого. Недавно было приостановлено действие лицензии на вещание в Екатеринбурге телекомпании "Авторские телевизионные новости" из-за сознательного использования компанией 25-го кадра для психологического воздействия на своих зрителей. Что ж, может, и вклеивают. Но весь вопрос в том, не напрасно ли? Неужели сила пресловутого 25-го кадра действительно так велика? На российском рынке действует несколько компаний, предлагающих аудио-, видео- и компьютерные программы изучения иностранных языков по методике "25-го кадра". В рекламе своей продукции они обычно ссылаются на давно доказанную эффективность подобных методов, для солидности упоминая секретные эксперименты.

**1.3 25 кадр в современном мире**

К методике 25 кадра уже начали проявлять интерес средства массовой информации, рекламщики и правительство.

Они настаивали на повторном проведении эксперимента. Но результат оказался плачевным, так как люди, принимавшие участие в испытаниях не ощущали потребности, внушаемые подсознанию с помощью 25 кадра. Сам же испытатель категорически отказался предоставить описание того самого успешного эксперимента, а потом выяснилось, что руководство кинотеатра было не в курсе проводившихся экспериментов. К тому же, кинотеатр был настолько мал, что за 6 недель никак не мог принять пятьдесят тысяч человек.

В 1962 году Вайкери был вынужден признать, что статистика продаж, да и сам эксперимент были сфабрикованы.

В конце двадцатого века и по сей день, тема стала снова популярный. Появляются статьи о зомбировании населения, Средства Массовой Информации и интернет пестрят рекламой продажи видеороликов, помогающих с помощь 25 кадра избавиться от различного рода зависимостей или быстро овладеть иностранным языком. В связи с этим были приняты следующие законы.

В Росси законодательно запрещена методика 25 кадра. Однако, ученые института телевидения и радиовещания заявляют, что однократное использование вставки 25 кадра – это стандартная и действенная методика, несмотря на то, что данные исследований показывают невозможность воздействия 25 кадра, по крайней мере, на сознание.

Законы Украины так же запрещают использование методики в рекламных целях. Однако в медицинской и образовательной сфере они разрешены.

Несмотря на то, что взгляды на эффекты зрительного восприятия 25 кадра кардинально отличаются, до сих пор ведутся исследования по его воздействию на людей. К примеру, после ряда экспериментов голландские ученые доказали, что влияние на человеческое подсознание все-таки есть. Однако это работает только тогда, когда внушаемая информация соответствует желаниям и ожиданиям испытуемых.

**Глава 2. Опытно-экспериментальная часть**

**2.1 Выбор программы**

Я работал в разных программах для создания видео. Выбирал из таких как:

Camtasia Studio - программа полностью на английском языке, в ней трудно разобраться, иногда зависала и мигал курсор.

Pinnacle Studio - о ней много негативных отзывов в интернете, так же иногда возникали ошибки

Но остановился на Sony Vegas Pro, т.к. в ней удобный и понятный интерфейс, из всех предложенных программ была возможность поставить минимальную выдержку кадра, возможна русификация и у меня имелся опыт работы в ней.

Единственным недостатком программы Sony Vegas было то, что после сохранения видеоролика на жесткий диск, вес видеоролика увеличивался в порядка 600 раз. Пришлось использовать другие сервисы, чтобы уменьшить размер видеоролика.

Другие программы я не рассматривал, так как у них весьма сомнительная репутация и маленькая популярность.

**2.2 Создание видеоролика**

В отличие от единого стандарта передачи черно-белого изображения, существует несколько стандартов цветного телевидения, основные это:

* PAL – основной телевизионный формат в Европе. Название произошло от ‘Phase Alternate Line’. Создает на экране 625 строк с частотой 25 кадров в секунду.
* SECAM – аналог стандарта PAL. Используется в России, Франции, Восточной Европе. Название происходит от французского ‘Sequential Couleur Avec Memoire’.
* **NTSC (от National Television System Color)** - первая система цветного телевидения, нашедшая практическое применение. Она была разработана в США и уже в 1953 г. принята для вещания, а в настоящее время вещание по этой системе ведется также в Канаде, большинстве стран Центральной и Южной Америки, Японии, Южной Корее и Тайване. Именно при ее создании были выработаны основные принципы передачи цвета в телевидении.

Практическая часть работы началась с создания видеоролика.

В ходе создания видеоролика в программе Sony Vegas Pro я столкнулся со следующей трудностью: 25 кадр был заметен.

Сначала мы использовали формат PAL (т.к. он является основным для создания видеороликов такого характера). В нем человек видел 25 кадров в секунду. Процесс создания был таков: создавался проект, устанавливался формат PAL, добавлялось видео, я ставил видеодорожку под аудиодорожку, и на место видеодорожки накладывал картинку с 25 кадров, в конец некоторой секунды. Потом решили попробовать использовать стандарт Double NTSC (60 кадров в секунду). Картинка все равно была заметна. Мы пришли к выводу, что проблема не в этом.

**2.3 Составленный мной тест на желание для учащихся:**

1. Ваше настроение:

 хорошее

 плохое

 печальное

 задумчивое

 любознательное

 весёлое

 жизнерадостное

 замкнутое

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Что вы почувствовали во время просмотра видеоролика?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Что вам захотелось

 сэндвич

 молоко

 воду

 спать

 учиться

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Ваш класс:

7 класс

8 класс

9 класс

10 класс

11 класс

**Заключение:**

В ходе нашего эксперимента мы сделали вывод, что 25-й кадр чисто “киношный” эффект.

Наша гипотеза не подтвердилась, т.к. сорвалась экспериментальная часть работы.

Для восприятия 25-кадра его показ должен быть очень кратким и мгновенным, а монитор даже на 200Гц имеет развёртку на порядок медленнее. Настоящий 25-й кадр можно обеспечить только в кинотеатре со второго проектора, и только в тот момент, когда у первого закрывается обтюратор. В телевизионной трубке это реализовать вообще невозможно.

25-й кадр видно и при скорости 25 кадров в секунду, и при 60 кадрах в секунду (дополнительное изображение воспринимается зрителем, как искажения).

В заключение сторонникам гипотезы «о воздействии 25-го кадра непосредственно на подсознание» следует напомнить: подсознание – область неясных, не вполне осознанных мыслей, чувств, представлений. Подсознательный - это значит, находящийся в подсознании, инстинктивный. Получается, что 25-й кадр работает, но только с того момента, когда СМИ разносят очередную весть о массовом воздействии на подсознание. Что является сущим мифом и откровенной манипуляцией человеческого сознания. Не более того.

**Источники, из которых была взята информация:**

1. Manorama.ru
2. Ян Шенкман. Телевидение - это котлеты. Русский Журнал, 2000.
3. Лаврус В.С. Практика измерений в телевизионной технике. - К. - М.: Солон и НиТ, 1996.
4. Wikipedia.org
5. 25kadr-master.ru
6. videodata.ru
7. rem-tv.net
8. rutvet.ru
9. citycat.ru
10. bibliofond.ru