



Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition)

Tanya Cherneva

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition)

Tanya Cherneva

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) Tanya Cherneva

Studienarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich Psychologie - Medienpsychologie, Note: 1,3, Universität Augsburg, Veranstaltung: Medien- und Kommunikationspsychologie, 30 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Was man heutzutage mit dem Begriff „subliminale Werbung“ am häufigsten verbindet, ist das

Experiment von James M. Vicary aus dem Jahr 1957, das zu den ersten und bekanntesten Studien in diesem Bereich zählt. Vicary, ein US-amerikanischer Marktforscher und Werbeagenturbesitzer, behauptete eine neue Werbetechnik entwickelt zu haben und sie sogar in einem Kino in New Jersey erprobt zu haben. Mit Hilfe eines zweiten Spezialprojektors, hatte er im Laufe des Films Picnic (1955) alle 5 Sekunden die Botschaften „Eat Popcorn!“ und „Drink Cola“ auf die Leinwand projiziert. Die Botschaften wurden für ca. 1/300 bis 1/6000 der Sekunde eingblendet und dauerten deshalb zu kurz, um von den Zuschauern bewusst wahrgenommen zu werden. Dieses Experiment hatte Vicary über einen Zeitraum von 6 Wochen hinweg mit insgesamt 45699 Kinobesuchern durchgeführt. Laut seiner Angaben sei in dieser Zeit der Umsatz vom Popcorn und Cola jeweils um 18% und 57% gestiegen. Vicarys Firma wollte das Vorgehen patentieren lassen und es vor allem „zum Zwecken der Werbung betreiben und nicht allein in Filmtheatern, sondern auch im Fernsehen, wo - nicht zuletzt zum Nutzen der Zuschauer- durch die Anwendung unterschwelliger Werbung die störenden Unterbrechungen des Hauptprogramms durch „commercials“ zukünftig hinfällig würden“ (Brand 1978, 169). Obwohl Vicarys Studie niemals in einem wissenschaftlichen Journal veröffentlicht wurde und trotz der unglaubwürdigen Daten (die Vicary später zugab, selber erfunden zu haben) und Widersprüchlichkeiten beim Vorgehen, löste sich in der Öffentlichkeit eine heftige Diskussion über die Medienmacht und vor allem über die Folgen, die eine solche „persuasive Werbung“ nach sich ziehen könnte. Es folgten einerseits viele Codes und Mitteilungen seitens der amerikanischen Sender, die die unterschwellige Werbung untersagten, andererseits wurden in den verschiedenen Bundesstaaten Gesetze verabschiedet, die die Anwendung solcher Werbetechniken verboten (Brand 1978, 170 ff.).

Vicary war nicht der Einzige, der sich über die Möglichkeiten der unterschwelligen Beeinflussung Gedanken machte. Noch 1932 beschreibt Aldous Huxley in seinem Zukunftsroman „Schöne neue Welt“ die Folgen der technisch-unterstützten Anwendung solcher persuasiven Botschaften im Dienst der politischen und ideologischen Propaganda (Brand 1978, 10; Koeppler 1972, 7 ff.). In seinem bekannten Werk „Die geheimen Verführer“ (Orig.: The Hidden Persuaders, 1957) setzt sich Vance Packard mit dem Problem der manipulierten amerikanischen Bürger auseinander, deren „Gewohnheiten, Kaufentschlüsse und Denkvorgänge“ durch ständige Anstrengungen von außen gesteuert würden.

 [Download Subliminale Werbung: Mythos oder Realität \(German ...pdf](#)

 [Read Online Subliminale Werbung: Mythos oder Realität \(Germ ...pdf](#)

Download and Read Free Online Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) **Tanya Cherneva**

From reader reviews:

Maria Scully:

Your reading 6th sense will not betray a person, why because this Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) e-book written by well-known writer who really knows well how to make book that can be understand by anyone who read the book. Written in good manner for you, leaking every ideas and publishing skill only for eliminate your personal hunger then you still question Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) as good book not merely by the cover but also from the content. This is one book that can break don't ascertain book by its protect, so do you still needing one more sixth sense to pick this kind of!? Oh come on your examining sixth sense already told you so why you have to listening to an additional sixth sense.

Daryl Pena:

This Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) is completely new way for you who has fascination to look for some information mainly because it relief your hunger of knowledge. Getting deeper you in it getting knowledge more you know or you who still having little bit of digest in reading this Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) can be the light food for yourself because the information inside this kind of book is easy to get by means of anyone. These books acquire itself in the form and that is reachable by anyone, yes I mean in the e-book type. People who think that in guide form make them feel sleepy even dizzy this guide is the answer. So there is not any in reading a e-book especially this one. You can find actually looking for. It should be here for you actually. So , don't miss this! Just read this e-book style for your better life and also knowledge.

Norbert Walling:

As we know that book is essential thing to add our expertise for everything. By a publication we can know everything we wish. A book is a range of written, printed, illustrated or even blank sheet. Every year ended up being exactly added. This e-book Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) was filled in relation to science. Spend your time to add your knowledge about your technology competence. Some people has various feel when they reading some sort of book. If you know how big good thing about a book, you can truly feel enjoy to read a guide. In the modern era like at this point, many ways to get book that you just wanted.

Lisa Gregory:

A lot of publication has printed but it differs. You can get it by web on social media. You can choose the most beneficial book for you, science, comedian, novel, or whatever by simply searching from it. It is identified as of book Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition). You'll be able to your knowledge by it. Without leaving behind the printed book, it may add your knowledge and make you happier to read. It is most important that, you must aware about e-book. It can bring you from one location to other

place.

**Download and Read Online Subliminale Werbung: Mythos oder
Realität (German Edition) Tanya Cherneva #MCEYD9BGPJ7**

Read Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva for online ebook

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva books to read online.

Online Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva ebook PDF download

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva Doc

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva Mobipocket

Subliminale Werbung: Mythos oder Realität (German Edition) by Tanya Cherneva EPub