Biotehniški center Naklo

Strahinj 99

4202 Naklo

Subliminalna sporočila

Projektna naloga pri predmetu sociologija

Lesce, maj 2013

1. Definicija izraza

Izraz izhaja iz angleške besede, ki pa izhaja iz latinščine. In sicer beseda sub pomeni pod, beseda Limen pa pomeni meja oz. prag. Smiselno torej vse skupaj pomeni: pod pragom zavestne zaznave.

Subliminalna sporočila so vsa sporočila, ki jih podzavestni um prepotna, zavestni pa v trenutku ne. Pod subliminalno sporočanje se šteje vsako dejanje, ki na nezavednem nivoju pripravi posameznika v posamezno dejanje .Nekako bi lahko rekli, da gre pri subliminalnem sporočanju za sodobno vrsto pranja možganov.

1. Zgodovina subliminalnega sporočanja

Zanimanje za uporabo tehnike subliminalnega sporočanja je pričelo naraščati vzporedno s naraščanjem materialnih dobrin. Da bi proizvajalci potrošnike privabili do svojega izdelka, so proizvajalci pričeli raziskovati in iskati nove načine marketinga. Subliminalnega vplivanja pa naj ne bi odkrila oglaševalska industrija. Že v stari Grčiji so vedeli, da lahko na nezavednem nivoju vplivamo z retoričnimi sposobnostmi na nekoga.

Mnogim umetnikom iz renesanse, med njimi tudi Rembrandtu pripisujejo uporabe subliminalnih tehnik v svojih delih ( Lechnar 1998).Kasneje se je po mnogih študijah zadeva razširila v marketing. Subliminalno oglaševanje je bilo razkrinkano sredi 50-tih let prejšnjega stoletja, ko so odkrili, da se v nekaterih oglasih in v kinu za delček sekunde pojavljajo slike, ki jih zavestni um ni mogel zaznati, usmerjene so bile h kupovanju določenega proizvoda. Npr.  med reklamo za napitke je bilo za delček sekunde sporočilo »žejen sem«.



Slika Subliminalno sporočilo v kinu

1. Naročniki subliminalnih sporočil

Subliminalnih sporočil se posvečajo predvsem industrije, ki imajo ogromno dobička in z oglaševanjem pridobijo veliko potrošnikov. Gre predvsem za podjetja, ki so znana kot multinacionalke in imajo ogromno lobijev, zato je prepoved subliminalnih sporočil skoraj nemogoča.

Naročniki subliminalnih sporočil so ponavadi filmska in glasbena produkcija, porno industrija, živilska industrija, verske skupnosti (satanizem), politična propaganda…

1. Izvajalci subliminalnih sporočil

Subliminalna sporočila po navadi izvajajo pri množičnih medijih. Danes je to predvsem internet, kjer je oglaševalski prostor neomejen in brezplačen. Zasledimo ga predvsem pri oglasih na televiziji.

Prav tako, je bilo veliko subliminalnih sporočil zaznanih v Diseney-vih risankah, kjer so tarčna skupina predvsem otroci, ki so bodoči potrošniki.



1. Princip delovanja

Gre predvsem za tehniko manipuliranja s človeškimi nagoni kot so: preživitveni nagon, lakota, žeja, nevarnosti vseh vrst, pohlep, seksualni nagon, družbena sprejetost…

Evolucija nam je zapustila obrambni sistem, da se na hitre dogodke odzovemo brez pomisleka in nekako tako gr etudi pri subliminalnih sporočilih.



Slika Rasne razlike

Opomba: Pri zgornji sliki iz Diseneyevih junakov je vidna rasna nestrpnost. Ob začetku zgodbe je Aladin reven in rjave polti , ob koncu pa je bogat in bele polti.

1. Tehnike delovanja

Poznamo več načinov subliminalne propagande:

* Skrivanje besed v slike
* Skrivanje slik v slike
* Skrivanje besed v zvok
* Obračanje besed/besedil v glasbi
* Predvajanje besed z zvoki na nižjih frekvencah( zavestno zaznajo živali, otroci, naprave)

Slike se pojavijo potem za delček sekunde v videoposnetkih.



Slika Skrivanje besede v sliki

Gre za »šolski primer« subliminalnega sporočanja. Na sliki se med rožami nahaja napis : SEX.



Slika Neopazno subliminalno sporočilo



Slika Posvetleno subliminalno sporočilo

1. Literatura

Ganzitti –Štirn, S., 2004, diplomsko delo, Subliminalna sporočila v marketingu

<http://www.skrivnosti-sveta.com/subliminalno-oglasevalsko-manipuliranje/>

<http://www.delo.si/clanek/89096>

<http://www.cracked.com/photoplasty_386_17-subliminal-messages-youd-never-notice-in-everyday-life/>