

Psychorama

auch: Psycho-Rama; oft auch: *precon process* (wohl abgeleitet von: *preconscious processing*)

Es war die These der „subliminalen Wahrnehmung“, die der Werbepsychologie entstammt und 1957 von Vance Packard (in seinem Buch *The Hidden Persuaders*, dt. 1958) populär gemacht worden war, dass es mittels von Einzelkadern, die in zusammenhängende Filme eingeschnitten wurden und die unterhalb der Wahrnehmungsschwelle blieben, möglich sei, das Verhalten und die Einstellungen von Zuschauern zu beeinflussen, ohne dass diese eine Chance der Distanzierung hätten. Schon 1958 entstand ein Hollywood-Film, in dem diese Annahme von der eigens dafür gegründeten Produktionsfirma Precon Process & Equipment Corporation umgesetzt wurde (*My World Dies Screaming*, aka: *Terror in the Haunted House*, Harold Daniels); ein zweiter Film (*Date with Death*, 1959, Harold Daniels) folgte bald. In den Film waren Einzelbilder von Schlangen, mit denen eine Abwehrreaktion ausgelöst werden sollte, Bilder von Herzen eingeschnitten, die Entspannung signalisieren sollten, sowie große Buchstaben, mit denen das Wort „blood“ buchstabiert wurde, das Angst induzieren sollte, an entsprechenden Stellen eingeschnitten. Das Verfahren erwies sich aber als sinnlos, es wurde vom Publikum nicht akzeptiert. Gleichwohl blieb die Einzelbildmontage (als *subliminal cut*) bis heute gelegentlich in Gebrauch, auch wenn die Annahme eines ohnmächtigen Zuschauers heute aufgegeben ist.

Literatur: Corrigan, R.E. / Becker, H.C.: *Subliminal communication processes. Status and possibilities*. New Orleans: Precon Process and Equipment Corp. 1958.

Referenzen

[subliminal cut](#)

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:psychorama-5348>

Last update: **2012/10/13 22:07**

