

### 20. 3. Kritika reklamy II: Od kritiky psychologické manipulace k mediálnímu „zdrogování“

50. léta: Ernst Dichter, James Vicary, Leo Burnett >> Vance Packard, David Riesman (Osamělý dav)

Oficiální (politická) obhajoba „hodnot“ konzumerismu: výchova ke svobodě volby, individualismu (individuální odpovědnosti), potírání disciplinaci/restrikci veřejným blahem (manipulativní strategie totalitních režimů)

60. léta:

Podrobnější průzkum kvalit těchto hodnot:

v čem může člen konzumní kultury skutečně volit?

Jaké povahy je jeho individualismus

Jaký vliv (manipulativní) má rostoucí rozmanitost a technologie médií, služeb a zboží?

**Občan – konzument** = z kavárny do kina (proměna občanské společnosti)

- ◆ Tzv. **Frankfurtská škola** – Ústav pro sociální výzkum na Univerzitě ve Frankfurtu (1924, 1931, 1933- Paříž a New York, 1950 zpátky)
- ◆ Max Horkheimer (1895-1973) s Adornem: *Dialektika osvícenství*, 1947 a 1969.
- ◆ Theodor W. Adorno (1903-1969): *Schéma masové kultury*. 1942.
- ◆ Herbert Marcuse (1898-1979): *Jednorozměrný člověk. Studie o ideologii vyspělé průmyslové společnosti*, 1964.
- ◆ Jürgen Habermas (nar. 1929): *Strukturální přeměna veřejnosti*, 1962.

Francie: **Guy Debord** (*Společnost spektáklů* 1967 a 1983)

**Zkoumání prostředků masové kultury (a reklamy):**

**Roland Barthes**: 1954--1956 – eseje v časopise *Les lettres nouvelles*, 1957 *Mytologie*

**Marshall McLuhan**: 1947 – *Americká reklama*

„(...)orgie iracionalismu jako strategie k získání naděje a dobré nálady“

1964 – *Jak rozumět médiím*

1970 – *Mechanická nevěsta* (technologie a sex)

„Tyrán dnes nevládne (...) pěstí, ale v převleku za výzkumníka trhu vede svá stáda cestami užitku a pohodlí.“

- ◆ „Simultánní audiovizuální dojem (...) vytváří standardizované myšlení, a to tím, že poskytne divákovi okamžitou vizuální představu dřív, než má vůbec čas si vykouzlit svou vlastní interpretaci.“

DALŠÍ LITERATURA: viz Studijní materiály v ISu.

