

3. 4. 2018

Hrdinná 80. léta. Mýtus Davida a Goliáše.

Williamsonová: cooked and raw – reakce reklamního průmyslu na kritiku

- Revolta 80. let: Hrdina 80. let: pláče, směje se nahlas, křičí, nadává, uštědruje rány, nevyznává strategickou diplomacii ani společenské struktury a organizace, pravdu potvrzuje srdcem, gesty a emocemi (ne rozumem a slovy), spontánně utváří menší sociální útvary (blížící se gangům)
- Osobnost , image, styl
- Osobnosti umění (skandální povaha ikon, ikonická povaha skandálu...)
- Osobnosti firem, značek a reklamních agentur

Lipovetsky: obhajoba reklamy?

Příklad: „1984“, Apple, TBWA, Lee Clow, Ridley Scott

Literatura:

HALL, Stuart. Encoding/decoding. [s.l.]: [s.n.], 1980. ISBN 1610-420X. S. 128-138.

McQuail, Denis,. Úvod do teorie masové komunikace. [s.l.]: Portál, 2009. 640 s. Dostupné online. ISBN 9788073675745. S. 84-86.

Sarah R. Stein: The "1984" Macintosh Ad, *Redefining the Human in the Age of the Computer: Popular Discourses, 1984 to the Present* . University of Iowa.1997.

Gilles Lipovetsky: *Říše pomíjivosti*.

Dietr Prokop: *Boj o média*

Judith Williamson: *Decoding Advertisements*