

1. 1ě. Kritika reklamy II: Reklama používá médium – manipuluje!

Text: Horkeimer, Adorno (výňatky) + R. Barthes: Reklama na hloubku, M. Mc Luhan: Mechanická nevěsta (výňatky)

- Horkheimer – Adorno – propaganda: „Propaganda manipuluje lidmi; kde vykřikuje: chceme svobodu, tam si protiřečí.“ (1947)
- Moderní propagandisté (propagátoři) pracují tak, aby vytvořili podmínky, které by modifikovaly zakázku (tak, aby odpovídala plánované nabídce – např. music-room). Edward L. Berneys, 1929.
- Barthes – mýtus je **promluva**, která „cosi vnucuje“
- McLuhan – médium je **poselství/zpráva** (medium is the message)

Dotazovatelka při diskuzi s Marshalllem McLuhanem v televizním pořadu:

Jestliže je samo médium zprávou a nezáleží na tom, co v televizi řekneme, proč jsme vlastně dnes večer tady a proč zde pokládám tuto otázku?

Marshall McLuhan (1936-1980):

Nikdy jsem neřekl, že nezáleží na tom, co řeknete v TV,
řekl jsem, že efekt televize, ona zpráva, zpráva této televize, je zcela nezávislá na svém programu. Protože kolem televize se shromažďuje obrovská technologie, která vytváří kolem vás, kolem vás osobně, určité prostředí, fyzicky, a působí coby rozhodující, zatímco program, působí podružně.

LITERATURA A ZDROJE:

M. Sturken – L. Cartwright: *Studia vizuální kultury*. Praha 2009, kpt. 7. (především s. 271-284).

Edward Bernays: *The Invention of Public Relations*, jakož i o *demokracii*, dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=iBEclayBCdc>

Th. W. Adorno – M. Horkheimer: *Dialektika osvícenství. Filosofické fragmenty*. Praha 2009.

Herbert Marcuse: *Jednorozměrný člověk. Studie o ideologii rozvinuté industriální společnosti*. Praha 1991.

Roland Barthes: *Mytologie*. Dokořán 2004.

Vladimír Papoušek: *Gravitace avantgard*. Akropolis 2007.