

15. 12. 2015

Guerillová reklama a říše zdání.

Text: Ztohoven: *Znásilněný podvědomí* (www.ztohoven.com)

- **Kritika reklamy I a II a obhajoba reklamy G. Lipovetského (shrnutí)**
- **Ten kdo mluví (Foucault), jak guerilla marketing vyvrátil na nepopulární autoritu *Reklamy* tím, že ukryl její tvář a nepřestal mluvit.**
- **Boj o uši a oči a o prostor (boj s nechutí poslouchat, schopnost třídění a zapomínání informací), povinná interaktivita**
- **Kreativita ve službách reklamy?**
- **Epilog: rekuperace**

Reklama je nejmocnější médium. Útočí na nás z televize, rádia, z internetu, ze stránek časopisů... zahlcuje ulice, dopravní prostředky, poštovní schránky i veřejné záchodky. Nevyhnete se jí. I když zdánlivě nabízí různé zboží, představuje stále tentýž dokonalý svět, ve kterém se po sladkém hubne, kde žvýkačky čistí zuby, cigarety chutnají a voní a auta jsou nejbezpečnějšími místy na světě. Hodnoty bez hodnot, krása bez krásy.

Možná si myslíte, že vás se to netýká. Reklama ale postupně a nenápadně znásilňuje podvědomí každého z nás.

Proto si bereme slovo. Zneužíváme reklamu, která zneužívá naše nejvnitřnější touhy, myšlenky a city, aby prodávala zboží. Překrucujeme ji, pozměňujeme ji, přetváříme ji tak, aby alespoň jeden den mluvila řečí umění. Vytváříme jiné reklamy. Takové, které nemůžete přejít bez povšimnutí. Takové, které vzbuzují neklid. Takové, které se nesnaží vplížit do vaší mysli bočním vchodem podvědomí.

Třeba budou i vám otazníky milejší než dokonalý svět vyretušovaných tváří.

LITERATURA

Horňák, Pavel: Kreativita v reklamě. VeRBUM 2014.

Krupka, Jaroslav: Česká reklama od pana vajíčka po falešné soby. Bizbooks Brno 2012.

Kopecký, Ladislav: Public relations – Dějiny – teorie – praxe. Grada 2013.

Kol. autorů: Od informace k reklamě. Ostrava 2007.

Masařová, Klára: Billboard – součást outdoorové reklamy aneb Žijeme v džungli? KEY Publishing s.r.o. Ostrava 2014.

Pospíšil, Jan – Závodná, Lucie Sára: Jak na reklamu. Praktický průvodce světem reklamy. CompMedia 2012.

Baloušek, Vít: Žijte a myslte kreativně. 10 klíčů k reklamě, která zaujme. CPress 2011.

Zálešák, Jan: Umění spolupráce. VVP AVU a MUNI PRESS 2011.

Magid, Václav: Zrušení nebo uskutečnění? Posmrtný život situacionistických strategií. Dostupné z:

http://www.sok.bz/index.php?option=com_content&task=view&id=270

Příběh, Jiří: Pod čarou umění. KANT 2008.

Hogenová, Anna: „Zdání“ a jeho úloha dnes. In: Jak pečujeme o svou duši? UK Praha 2009, s. 146-158.

Warhol, Andy: Od A k B a zase zpátky. Filosofie Andy Warhola. Argo 2015 (orig. 1975).

Keller, Jan: Prožření jednoho filozofa. Novinky.cz, dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/salon/250495-jan-keller-prozreni-jednoho-filozofa.html>

Lévy-Strauss, Claude: Totemismus