

# SEMINÁŘ ETNOLOGICKÉHO ÚSTAVU AV ČR / SEMINAR OF THE INSTITUTE OF ETHNOLOGY CAS

13. 6. 2022

Jaroslav Otčenášek

## Česká televizní reklama a folklor – příklady (vy)užití

**Abstrakt:** Reklama využívá folklorní motivy velmi dlouho a poměrně často. V dobách vizuální reklamy se jednalo např. o lidový oděv, pohádkové a pověstové postavy, často byla zdůrazňována tradice, a to i v nacionálním smyslu. Příchodem audio reklamy (rozhlas) se pozornost soustředila více na lidové písně či drobné folklorní útvary. Nástupem audiovizuální techniky se reklamě otevřely nové možnosti komplexního využití folklorních motivů. Reklama v televizi a na internetu proniká stále silněji do sledovaného pořadu a snaží se zintenzivnit cílení na zákazníky. Ve hře je psychologické působení na spotřebitele a různé manipulativní techniky. Právě folklorní či pseudofolklorní motivy se v našem mozku často spojují se zážitky z dětství. Vesměs jde o snahu vyvolat výrazně pozitivní, nostalgické konotace se silným důrazem na emoce. Jako ukázkou budeme prezentovat přiznané citování syžetů lidových pohádek (cyklus reklam firmy Equabank) a využití pohádkové postavy (cyklus reklam firmy Seznam), na nichž si budeme ilustrovat konkrétní podobu a cílení reklamy a její očekávaný efekt. Uvedené příklady dobře ukazují přiznané i skryté reklamních mechanismy.

**Diskusant:** Dajana Vasiljevičová, Katedra jihoslovanských a balkanistických studií  
FF UK

*pondělí / Monday 13. 6. 2022, 14:00 CET*

*Velká zasedací místnost Ústavu analytické chemie AV ČR, v. v. i. / Meeting room of the Institute of Analytical Chemistry of the CAS*

*Veveří 97*

*602 00 Brno*

*vchod / entrance: ul. Veverčí, 5. patro / 5th floor*

ONLINE MS Teams: [ZDE/HERE](#)



**Etnologický ústav**  
Akademie věd ČR