

**Czech Television Advertising and Folklore – Methods of Media Use  
of Folk Traditions**  
*Jaroslav Otčenášek*

---

**References**

Капферер, Жан-Ноел 1992: *Слуховете. Най-старото средство за информация в света*. Прев. Антония Ангелова. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“ [orig. Jean-Noël Kapferer. Rumeurs. *Le plus vieux média du monde*].

Česálková, Lucie 2022: Fragments of the Body: Woman in Socialist Screen Advertising. – *Studies in Eastern European Cinema*, Latest Article, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2040350X.2022.2085363> (18.07.2023).

Danciu, Victor 2014: Manipulative Marketing: Persuasion and Manipulation of the Consumer through Advertising. – *Theoretical and Applied Economics*, XXI, No. 2, 13–34.

De Pelsmacker, Patrick, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh 2003: *Marketingová komunikace*. Prel. Vlasta Šafaříková. Praha: Grada [orig. Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh. *Marketing Communications: A European Perspective*].

Dooley, Roger 2013: *Neuromarketing: For Coke, It's the Real Think*. Forbes 7.05.2013, <https://www.forbes.com/sites/rogerdooley/2013/03/07/coke-neuromarketing/?sh=420c2bc2baa4> (18.07.2023).

Fořtová, Johana 2015: Neuromarketing v kostce: co všechno potřebujete vědět. – *Markething*, <https://markething.cz/neuromarketing-v-kostce-co-vsechno-potrebujete-vedet> (6.12.2022).

Gešev, Jordan 2004: *Teorie reklamy: ekonomie a psychologie*. Praha: Institut ekonomických studií FSV UK. – Digitální repozitář UK, <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/89936> (17.07.2023).

Hanson, Philip 1974: *Advertising and Socialism: The Nature and Extent of Consumer Advertising in the Soviet Union, Poland, Hungary and Yugoslavia*. London: Palgrave Macmillan.

Kalivoda, Lukáš 2016: *Klamavá reklama*. Český Krumlov: Katedra soukromého práva Vysoké školy CEVRO Institut. – Digitální repozitář CEVRO Institut, [https://is.vsci.cz/th/ecdl9/Diplomova\\_prace\\_-\\_klamava\\_reklama\\_pdf.pdf](https://is.vsci.cz/th/ecdl9/Diplomova_prace_-_klamava_reklama_pdf.pdf) (17. 07.2023).

Klaus, Simona 2010: Folklore in Mass Media: National Garb, Places of Identity and Fairies in (Post)communist Advertising. – *Studia Mythologica Slavica*, 13, 291–306.

Komárková, Růžena, Milan Rymeš, Jitka Vysekalová 1998: *Psychologie trhu*. Praha: Grada.

Kotler, Philip a kol. 2007: Kotler, Philip, Veronica Wong, John Saunders, Gary Armstrong. *Moderní marketing*. Praha: Grada.

Kouzas, Georgios 2019: Proverbs and Anti-proverbs as a Means of Promoting and Advertising Products in the Greek Open-air Markets. An Ethnographic Approach. – *Proverbium*, 36, 135–154.

Kvasnicová, Sandra 2017: *Česká socialistická reklama v první polovině 80. let*. Praha: Katedra marketingové komunikace a public relations FSV UK. – Digitální repozitář UK, <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/40933?show=full> (17.07.2023).

Linhart, Jiří 2017–2022: Šeptanda. – In: Nešpor, Zdeněk (ed.): *Sociologická encyklopedie* (online). Praha: Sociologický ústav AV ČR, v. v. i., <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Šeptanda> (18.07.2023).

Macháček, David 2010: *Pohádkové motivy v reklamě*. Zlín: Fakulta multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. – Digitální repozitář UTB, <http://digilib.k.utb.cz/handle/10563/13020> (17.07.2023).

Newton, Victoria Louise 2010: Folklore and Advertising: An Examination of Traditional Themes and Motifs in British Twenty-First-Century Television Advertising Campaigns. – *Folk Life. Journal of Ethnological Studies*, 48/1, 48–62.

Novák, Tomáš 2012: *Psychologie reklamy: Empirická analýza vlivu známých osobností na úspěch reklamy*. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, s.r.o. – <https://theses.cz/id/q4bx6d/BP-Novak.pdf> (5.12.2022).

Novohradská, Lucie 2017: *Pohádkové motivy v reklamách*. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu v Jindřichově Hradci VŠE v Praze. – Digitální repozitář VŠE, <https://vskp.vse.cz/69129> (17.07.2023).

Ponišťová, Jana 2009: *Negativna reklama a jej účinky na cieľové skupiny*. Praha: Fakulta mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické. – Digitální repozitář VŠE, [https://vskp.vse.cz/15457\\_negativni-reklama-a-jeji-ucinky-na-cilove-skupiny](https://vskp.vse.cz/15457_negativni-reklama-a-jeji-ucinky-na-cilove-skupiny) (18.07.2023).

Světlík, Jaroslav a kol. 2017: *Reklama. Teorie, koncepce, modely*. Rzeszów: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie.

Šíma, Pavel 2018: Atribuční modelování pro idioty (a marketéry). – *MediaGuru* 4.11.2018, <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/10/atribucni-modelovani-pro-idioty-a-marketery/> (18.7.2023).

Tsoy, Nadezhda 2019: *Návrh řešení informačního přetížení způsobeného reklamou a spamem*. Praha: Fakulta informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické. – Digitální repozitář VŠE, [https://vskp.vse.cz/76879\\_navrh\\_reseni\\_informacniho\\_pretizeni\\_zpusobeneho\\_reklamou\\_aspamem](https://vskp.vse.cz/76879_navrh_reseni_informacniho_pretizeni_zpusobeneho_reklamou_aspamem) (18.07.2023).

Uther, Hans-Jörg 2004: *The Types of International Folktales*. Vol. 1–3 (FFC 284, 285, 286). Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia.

Venkataramani, Gita Johar, Morris B. Holbrook, Barbara B. Stern 2001: The Role of Myth in Creative Advertising Design: Theory, Process and Outcome. – *Journal of Advertising*, 30/2, 1–25.

Vysekalová, Jitka 2007: *Psychologie reklamy*. Praha: Grada.

Vysekalová, Jitka, Jiří Mikeš 2007: *Reklama – Jak dělat reklamu*. Praha: Grada.

### **Internet Sources**

Клипове на *Equa bank*:

<https://www.youtube.com/watch?v=A3xsYa9FAqw>

<https://www.youtube.com/watch?v=pbf6P1QxJ2o>

<https://www.youtube.com/watch?v=noa6tQVQcfk>

<https://www.youtube.com/watch?v=2PvernFNOAY>

Изказвания и клипове на фирма *Seznam.cz*:

<https://mam.cz/zpravy/kampane/2021-11/jak-prezit-vanoce-poradi-ded-vseved-v-kampani-seznamu/>

<https://blog.seznam.cz/2020/10/kampan-seznam-v-mobilu-sazi-na-pohadkovou-tematiku-a-deda-vseveda/>

<https://www.youtube.com/watch?v=WaN2AAgCN9Q>

Jaroslav Otčenášek  
Institute of Ethnology  
Czech Academy of Sciences, v. v. i.  
Na Florenci 1420/3  
11000 Praha 1, CZECH REPUBLIC  
otcenasek@eu.cas.cz