

Diskusia – Obraz a slovo ako prostriedky manipulácie v médiách

Na začiatku diskusie bolo poslucháčom predstavené krátke video, ktoré využívalo reklamné spoty na to, aby poukázalo na súvis fascinujúcich obrazov a slov, ktoré „reklamný svet“ používa na ovplyvňovanie – manipuláciu s divákom. Obsah premietaného bol prijatý veľmi pozitívne, čo bolo viditeľné aj na mimike a tvárach študentov. Jednotlivo predstavované výrobky či pozvania do „sveta nákupov“ jasne poukazovali na spoluprácu ľudskej psychiky a smerovania ďalšieho vnímania seba a okolia.

Diskusie začala úvahou nad tvrdením, že „moderný život sa odohráva na obrazovkách“ (N. Mirzoeff) . Diskutéri tu využili priestor na osobné vyjadrenia, ktoré konfrontovali medzi sebou. Ďalšia otázka mala osobnejší rámec, nakoľko sa zameriavala na osobnú skúsenosť manipulácie obrazom a slovom. Posledná otázka vyvolala plnšiu diskusiu o emočnom charaktere reklamy, ktorá intenzívne pracuje so slovom a obrazom. Zaujímavý bol tzv. antimanipulatívny názor, aby sme mnoho ponúkaných vecí (aj formou reklamy) vnímali zo spektra ostražitosti a prirodzeného úsudku, opierajúc sa o vlastné a osobné skúsenosti.