

# OBSAH

Poděkování VII

ÚVOD Pavučina značek XV

## BEZ PROSTORU

- KAPITOLA PRVNÍ Nový svět značek 3
- KAPITOLA DRUHÁ Značka expanduje: 26  
Jak si logo přivlastnilo klíčovou roli
- KAPITOLA TŘETÍ Hlavně alternativně: 63  
Trh orientovaný na mládež  
a *cool marketing*
- KAPITOLA ČTVRTÁ Značky ve světě vzdělání: 89  
Reklama na školách a univerzitách
- KAPITOLA PÁTÁ I patriarchové se umí odvázat: 109  
Triumf obchodování s osobní identitou

## BEZ VÝBĚRU

- KAPITOLA ŠESTÁ Bombardování značkami: 131  
Franšíza v éře superznaček
- KAPITOLA SEDMÁ Fúze a synergie: 145  
Stvoření obchodních Utopií

## **OBSAH**

### KAPITOLA OSMÁ

Cenzorské korporace: 167  
Globální vesnice zatarasená značkami

## **BEZ PRÁCE**

### KAPITOLA DEVÁTÁ

Nepotřebná továrna: 197  
Degradace výroby v éře superznaček

### KAPITOLA DESÁTÁ

Hrozby a brigádníci: 233  
Od práce za nic k „národu svobodných“

### KAPITOLA JEDENÁCTÁ

Pěstování nelojálnosti: 263  
Co uděláš, to se ti vrátí

## **BEZ LOGA**

### KAPITOLA DVANÁCTÁ

Kulturní sabotáž: 283  
Reklama pod palbou

### KAPITOLA TŘINÁCTÁ

Dobývání ulic 315

### KAPITOLA ČTRNÁCTÁ

Vzestup špatné nálady: 329  
Nová vlna aktivismu proti korporacím

### KAPITOLA PATNÁCTÁ

Značka jako bumerang: 349  
Taktika kampaní založených  
na moci značky

### KAPITOLA ŠESTNÁCTÁ

Příběh tří značek: 369  
O fajfce, lastuře a obloučcích

### KAPITOLA SEDMNÁCTÁ

Lokální zahraniční politika: 402  
Studenti a komunity v akci

|                   |   |
|-------------------|---|
| KAPITOLA OSMNÁCTÁ | U značky to nekončí: 427<br>Omezení politiky využívající<br>moci značek |
| ZÁVĚR             | Konzumerismus versus občanství: 447<br>Globální boj za veřejný prostor  |
| DOSLOV            | Dva roky v ulicích: 455<br>Projít branou symbolů                        |
|                   | <i>Poznámky</i> 467   |
|                   | <i>Dodatek</i> 488  |
|                   | <i>Literatura</i> 496   |
|                   | <i>Zdroje fotografií</i> 498  |
|                   | <i>Rejstřík</i> 499   |