

Abstrakt

Bakalářská práce „Česká socialistická reklama v první polovině osmdesátých let“ pojednává o reklamním (respektive propagačním) průmyslu v socialistickém Československu. Reklama tohoto období nese jiné znaky než reklama, kterou známe dnes. Díky centrálně plánovanému hospodářství a téměř nulovému konkurenčnímu prostředí byly reklamy minulého režimu velice specifické. V Československu nebyl klasický trh nabídky a poptávky, tudíž reklamy a upoutávky na propagované zboží byly vyráběny za účelem zvýšení povědomí o produktu, často z důvodu jeho nadbytku. Nikoliv kvůli odlišení se od podobného produktu. Tehdejší reklama s sebou nesla i prvky, které měly občany vychovávat k státnímu a ideologickému myšlení. Hlavní pozornost se věnuje ideologickým teoriím propagace a samotnému procesu tvorby reklamy. Neméně podstatnou složkou práce tvoří charakteristické rysy socialistické propagace, které v dnešní reklamě již takové místo nemají. V závěru práce a přiložené příloze jsem vybrala rozličné reklamní výstupy, na kterých si lze dobře dobu socialismu představit. Svou roli zde významně hrály i propagační podniky, jako byl například Rapid, Merkur či ČTK-Made in Publicity. Významným bodem práce je televizní propagační tvorba symbolizovaná legendární postavičkou Pana Vajíčka.