

Anotace

Práce se zabývá obrazovými mediálními sděleními reklamního typu. Přispívá k diskusi o změně postavení obrazů a jejich vlivu na současnou společnost. Vzhledem k předmětu zkoumání jsou východiskem pro předkládaný text vizuální studia. Hlavní teze jsou aplikovány na dva odlišné tendenční konstrukty reality. Prvním z nich je ideologicky a politicky konstruované vidění v období vlády autoritářského socialistického režimu. Druhým je současná globalizovaná konzumní společnost. V praktické části se analýza zaměřuje na reklamní sdělení firmy Škoda Auto a.s. používané ve výše zmíněných vizuálních režimech ve 20. století v České republice.

Klíčová slova: obraz, vizuální studia, ikonologie, reklama, globalizace, konzumní společnost, propaganda, image.