

ABSTRAKT

Tématem této diplomové práce je reklama na potraviny v médiích. V centru pozornosti stojí teoretické vymezení pojmu reklama, funkcí a záměrů reklamy a následná analýza vybraných audiovizuálních a tištěných reklam na potraviny v českém a ruském kulturním prostředí a jejich následné porovnání.

Tato diplomová práce je zaměřena především na výzkum reklam z lingvistického a psycholingvistického hlediska, nicméně jsou tady uvedeny i jiné přístupy k analýze reklam, převážně marketingový, do něhož reklama spadá.