

**От небесен пътеводител до комерсиален вестител: за стереотипите
на ангелския образ в потребителските реклами**

Reet Hiimäe

(Резюме)

Статията представлява емпирично изследване на употребата на ангелски образи и техните функции в потребителските реклами. Цел на изследването е да се разгледат промените в ангелския образ във времето и да се отговори на въпроса дали на тяхна основа е възможно да се направят изводи за религиозните убеждения и съвременните ценностни разбирания на хората в Естония и в други държави, които следват западните икономически модели. Изследването се основава на около 50 реклами (фотографии и видео) от Естония, Германия, Франция, Съединените Щати, Южна Африка и Филипините, разпространявани през последните десетина години. Следва да се отбележи, че в много случаи става дума за реклами, преведени на най-различни езици, доста е трудно да се установи от коя държава идват, а и това не е цел на статията. Интересът е насочен повече към цялостната картина, в която може да се наблюдава относителна хомогенност.

Ключови думи: съвременна религия, ангели, търговски реклами

Reet Hiimäe
Eesti Kirjandusmuuseum
Vanemuise 42
51003 Tartu, EESTI
reet@folklore.ee