

Práce se zaměřuje na genderovou analýzu českých filmových plakátů vytvořených v roce 1968, s důrazem na identifikaci dominantních způsobů zobrazování žen a mužů v těchto výtvarných dílech a jejich interpretaci v rámci daného historického a společenského kontextu. Teoretická část se věnuje především prezentaci funkce a výrazu filmového plakátu a podmínek autorské tvorby v období totality. V empirické části jsou porovnávány závěry některých ‚západních‘ teorií zabývajících se prezentací genderu v reklamě (Erving Goffman, Judith Williamson, Jean Kilbourn; v tuzemském kontextu Libora Oates-Indruchová) s prezentacemi feminity a maskulinity na filmových plakátech z roku 1968. Analýza se dále soustředí na identifikaci specifických rysů tvorby filmových plakátů v daném období a na způsoby prezentace (a vzájemné interakce) patriarchálního diskurzu na straně jedné a komunistické ideologie na straně druhé. Analýza souboru plakátů z roku 1968 odhaluje stereotypní zobrazování žen (ženy jako pasivizované objekty) a prezentaci hierarchického uspořádání genderových vztahů (ženy jako znevýhodňovaná skupina). V rámci analýzy však byla identifikována také díla, která nabízejí alternativní reprezentaci genderových vztahů a narušují dominantní patriarchální perspektivu.

#### Klíčová slova

český filmový plakát, feminita, maskulinita, patriarchální řád, reklama, symbolické násilí, 1968