

## **Abstrakt**

Práce se zabývá tématem reklamy cílené na děti a jejím vlivem na jejich vnímání genderových stereotypů. Teoretická část práce pojednává o tématech souvisejících s televizí jako masovým médiem, televizní reklamou a reklamou cílenou na děti. Dále je v teoretické části představena stereotypizace obecně a následně právě genderová stereotypizace. Ačkoli je na děti cíleno široké spektrum reklam, pro tuto práci jsem si vybrala především reklamy na hračky. Důvodem mého výběru je návaznost na výzkumnou otázku. V jejím rámci se zaměřím na to, zda a případně jak ovlivňuje reklama cílená na děti jejich vnímání genderových stereotypů. Jako konkrétní příklady mi budou sloužit reklamy na hračky vysílané především v předvánočním období, kdy je jejich koncentrace v televizním prostředí nejvyšší. Následuje výzkumná část, která sestává z představení metodiky, kterou jsou rozhovory s dětmi, a představení a zdůvodnění výběru participantů. Dále je pak ve výzkumné části zahrnuta analýza samotných rozhovorů. Z výsledků analýzy vyplývá, že děti vnímají genderové stereotypy, které jim jsou pomocí reklam na ně cílených prezentovány a dokáží na jejich základě přiřazovat produkty, barvy a činnosti jednotlivým pohlavím.