

Bakalářská práce "Jak reklama ovlivňuje představu sebe sama: Genderová perspektiva" pojednává o problematice prezentace žen v reklamách. V teoretické části práce upozorňuji na vliv masových médií ve společnosti a uvádím teorie, které se k tématu gender a reklama bezprostředně vztahují. V empirické části práce se pokouším propojit teorii s praxí. Analyzuji polostrukturované rozhovory a ukazuji, jak respondenti a respondentky vnímají obraz femininitu v reklamách. Dále ukazuji, jaký má reklama vliv na pojetí sebe sama. Přesněji řečeno ukazuji, jak respondenti vnímají ideál krásy, předkládaný reklamou, a jak se s ním osobně vypořádávají. Tato práce je nástinem toho, jakým způsobem reklama svými stereotypními obrazy ideálního ženství a mužství zasahuje do každodenních životů skutečných mužů a žen