

Anotácia

Diplomová práca *Obráz ženy v tlačenej reklame slovenských médií v období 1992-2012* sa zaoberá spôsobom zobrazovania žien v reklame troch vybraných slovenských časopisov, a to v troch časových obdobiach: v roku 1992, 2002 a 2012. Týmto spôsobom chce práca odhaliť, akým smerom sa vyvíjalo zobrazovanie žien v reklame časopisov v čase, od kedy začína reklama v médiách zaberat' stále viac priestoru. Práca sa zaoberá genderovou problematikou a zameriava sa hlavne na role, aké ženy v reklame zastávajú, ich pasivitu či aktivitu a sexuálnu objektivizáciu, ktoré skúma metódou obsahovej a semiotickej analýzy. Dvojaký spôsob analýzy nám umožní lepšie pochopiť mechanizmy zobrazovania žien v reklame ako aj vzájomné porovnanie spôsobu zobrazovania žien v médiách v závislosti na cieľovej skupine.