

Abstrakt

Stereotypizace genderu je stále aktuální problematikou ve francouzské a české reklamě. Tato práce teoreticky popisuje stereotypní zobrazování mužů a žen v reklamě a na základě kvantitativního dotazníkového šetření poté v praktické části porovnává vnímání českých a francouzských vysokoškolských studentů vůči této problematice, jakožto budoucích potenciálních tvůrců a ovlivňovatelů reklamních obsahů.