

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá změnu product placementu a jejím vlivem na maskulinitu postavy Jamese Bonda. V teoretické části je nejprve popsána teorie genderu, genderová socializace a genderové stereotypy. Dále je věnována pozornost maskulinitě, především konceptu hegemonické maskulinity a poté je práce soustředěná na vztah genderu v médiích a reklamě. Poté je vysvětlen pojem product placement v marketingové komunikaci, jeho typy a psychologické aspekty. Práce se také zmiňuje o efektivitě product placementu a jsou zde uvedeny i příklady. Na základě teorie z prvních dvou kapitol je ve třetí části rozebrána maskulinita postavy Jamese Bonda, tato kapitola se zaměřuje na dva různé herce, Bondovi představitele. Pomocí obsahové a deskriptivní analýzy v praktické části je popsán product placement ve vybraných audiovizuálních materiálech. Jedná se o čtyři filmové adaptace podle předlohy Iana Flemiga s názvy Zlaté Oko (1995), Zítřek nikdy neumírá (1997), Casino Royal (2006) a Skyfall (2012). Na závěr práce vyhodnotím své poznatky z praktické části. Product placement je efektivním marketingovým nástrojem, a proto je na něj kladený větší důraz než na originální povahu postavy Jamese Bonda.