

Obsah

Průvodce manualem a doporučení pro tvorbu reklamy.....	5
Úvodní slovo.....	7
Teoretické statě	
Genderové stereotypy a sexismus v reklamě	9
Jazykové vyvážení pojednávání žen a mužů v reklamě	22
Děti a reklama	31
Posudky	
Posudek Krajského živnostenského úřadu Moravskoslezského kraje z kontroly reklam firmy Day to Day	36
Odborně lingvistické stanovisko k Protokolu č. 2012/06/54/JuchMár z kontroly reklam „Nedám, ale půjčím“ a „Potřebujete pichnout“ firmy Day to Day	38
Proč se reklama „Potřebujete pichnout“ příčí dobrým mravům aneb alternativní výklad zákona o reklamě.....	40
Příklady dobré praxe	
Vídeň – město, kde na reklamy dohlíží tradice	45
Severský boj veřejnosti proti „polianým kráskám“ na billboardech aneb švédská regulace sexistických reklam v praxi	48
Slovníček pojmů	51
Představení autorek.....	53
Obrazová příloha	28 s. 32