

## OBSAH

<b>Katalog kritérií k posuzování sexističnosti reklamy</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Genderové stereotypy a klišé o ženách a mužích</b> .....	<b>5</b>
1.1 Stereotypy o ženách a mužích .....	5
1.2 Předsudky o ženách a mužích .....	6
1.3 Zobrazování ve světě práce .....	6
1.4 Zobrazování při práci v domácnosti .....	7
1.5 Zobrazování žen a mužů v soukromém životě .....	8
1.6 Modernizované genderové stereotypy .....	8
1.7 Zobrazení vztahů mezi mužem a ženou .....	9
1.8 Zobrazení menšinové sexuální orientace .....	10
1.9 Zobrazování rodin .....	10
<b>2. Sexualizace</b> .....	<b>11</b>
2.1 Kritéria sexualizace v reklamě .....	11
2.1.1 Tělo jako univerzálně použitelný reklamní nástroj .....	11
2.1.2 Sexualizace částí těla .....	11
2.2 Pornografická estetika .....	12
2.3 Reklama na sexuální služby .....	13
<b>3. Tělo a jeho stylizace</b> .....	<b>14</b>
3.1 Zobrazování těla a manipulace s ním .....	14
3.1.1 Kritéria pro sexistické zobrazování těla .....	14
3.1.2 Tělo jako symbol sociálního postavení .....	15
3.2 Řeč těla .....	16
3.2.1 Sed .....	16
3.2.2 Úsměvy .....	17
3.2.3 Pohledy, mimika, držení hlavy .....	17
3.2.4 Dotyky .....	18
3.2.5 Dotýkání se sebe sama .....	18
3.3 Stylizace .....	18
3.3.1 Využití hlasu .....	18
3.3.2 Záběry kamery .....	19
3.3.3 Umístění objektů .....	19
3.3.4 Vyumělkované tělo .....	19

3.3.5 Barvy .....	20
3.3.6 Prostředí .....	20
3.3.7 Hudba a zvuk .....	20
3.3.8 Oblečení .....	20
<b>4. Zlehčování násilí .....</b>	<b>21</b>
<b>5. Sexismus a vícečetná diskriminace .....</b>	<b>22</b>
<b>Hlubší nahlédnutí .....</b>	<b>24</b>
Genderové stereotypy o ženách a mužích .....	24
Zobrazování pohlaví a sexismu v reklamě .....	25
Zobrazení žen v reklamě .....	25
Muži, maskulinita a sexismus v reklamě .....	27
Queer pozice, sexuální orientace, genderové identity a sexismus v reklamě .....	29