

Obsah

Průvodce manuálem a doporučení pro tvorbu reklamy.....	5
Úvodní slovo.....	7
Teoretické statě	
Genderové stereotypy a sexismus v reklamě	9
Jazykově vyvážené 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
Obdobně lingvistické stanovisko k Protokolu č. 2012/06/54/JucMar z kontroly reklam „Nedám, ale půjčím“ a „Potřebujete píchnout“ firmy Day to Day	38
Proč se reklama „Potřebujete píchnout“ přičítá dobrým mravům aneb alternativní výklad zákona o reklamě.....	40
Příklady dobré praxe	
Vídeň – město, kde na reklamy dohlíží tradice	45
Severský boj veřejnosti proti „polonahým kráskám“ na billboardech aneb švédská regulace sexistických reklam v praxi	48
Slovníček pojmů	51
Představení autorek.....	53
Obrazová příloha	za s. 32