

**Kurz:**  
SOC706

**Úkol č. 4:**  
Vytvořte přehled odborné literatury k problému (minimálně 15 titulů).

**Tým:**  
Milan Bohata, UČO: 182510, email: milan@bohata.cz  
Pavla Drahorádová, UČO: 182253, email: 182253@mail.muni.cz  
Štěpán Horn, UČO: 181997, email: stepan.horn@lidovky.cz

Sjednotit bibliografickou normu podle Sociologického časopisu, a před dvojtečkou se nedělá mezera

**Téma:**

Genderové role v reklamě

**Přehled odborné literatury k problému:**

- Babbie, E. The Practice of Social Research. Belmont : Wadsworth Publishing Company, 2001.
- Burton G. - Jiráček J. Úvod do studia médií, Barrister and Principal, Brno, 2001.
- Courtney, A. E. - Whipple, T. W. Sex Stereotyping in Advertising. Lexington : MA: Lexington Books, 1983.
- Disman, M. Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha : Vydavatelství Karolinum, 1993.
- Giddens, A. Sociologie. Praha : Argo, 2004.
- Goffman, E. Gender Advertisements. Cambridge : Harvard Univ. Press, 1979.
- Furnham, A. – Nadine, B. The Stereotyped Portrayal of Men and Women in British Television Advertisements. Sex Roles, 29 (3/4), 1993, s. 297-310.
- Indruchová L. Dívčí válka s ideologií, Praha : Sociologické nakladatelství. 1998.
- Indruchová L. Gender v médiích, Společnost žen a mužů z aspektu gender, Sborník studií. Praha : Open Society Fund, 1999.
- Indruchová L., Žena na ulici, (Stereo)typizace ženy v současné velkoplošné reklamě v České republice. Sociologický časopis, XXXI, 1995, č. 1. Praha : Sociologický ústav AV ČR.
- Jones, M. Gender Stereotyping in Advertising. Teaching of Psychology, 1991, 18: 231-233. Washington : American Psychological Association.
- Kilbourne J. Can't buy my love, How advertising changes the way we think and feel. New York : A Touchstone book, 1999.
- Koblihová, J. Genderové aspekty reklamního zobrazování mužů a žen v ekomických časopisech. Diplomová práce. Praha : Fakulta sociálních věd University Karlovy, 2004.
- Komárková, O. Genderové stereotypy v reklamních textech. Disertační práce. Praha : Fakulta sociálních věd University Karlovy, 2001.
- Lafky, S. et al. Looking Through Gendered Lenses: Female Stereotyping in Advertisements and Gender Role Expectations. Journalism and Mass Communication Quarterly 73, 1996 (2), 379-88.
- McQuail, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha : Portál, 1999.
- Renzetti C. M. - Curran D. J. Ženy, muži a společnost. Praha : Universita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2003.
- Shields, V. R. Selling the sex that sells: Mapping the evolution of gender advertising across three decades. In Burleson (Ed.), Communication Yearbook 20, Thousand Oaks : SAGE, 1996.
- Schultz, E.: Moderní reklama - umění zaujmout. Praha : Grada Publishing, 1995.
- Schultz, W. et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha : Universita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 1998.
- Spears, G. - Seydegart, K. The Portrayal of Sex Roles in Canadian Television Advertising. Ottawa : Commissioned by the Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, 1985.
- Společnost žen a mužů z aspektu gender, Sborník studií. Praha : Open society fund, 1999.

Valdrová, J. Stereotypy a klišé v mediální projekci genderu. Sociologický časopis, 2001, č. 2. Praha : Sociologický ústav AV ČR.

Wolf, N. Mýtus krásy. Bratislava : Aspekt, 2000.