

# Gender a násilí: Sexismus v reklamách

3. 5. 2022

# Sexismus v reklamách



# Sexismus v reklamách

"muži se  
neumí  
postarat o  
děti &  
nebrečí."

PETRA NOVÁKOVÁ, 45 LET

"ženy  
neumí  
parkovat  
& jsou  
hysterky."

JAN NOVOTNÝ, 30 LET

# Sexistická reklama

používá  
stereoty  
py o  
vlastnost  
ech  
mužů  
& žen.

SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama

dává  
muže  
& ženy  
do jasné  
oddělený  
ch rolí.

SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama

dělá z  
člověka  
věc.

SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama

využívá  
kusy  
lidských  
těl.

SEXISTICKÁ REKLAMA



NeoTravel

SPECIALISTA NA  
CHORVATSKO

- Více jak 300 apartmánů
- Tipy na výlety, cyklostezky, průvodce Chorvatskem
- Nepřeprodáváme zájezdy jiných CK, ale nabízíme ubytování u námi prověřených majitelů apartmánů

**Dárek pro Vás**  
- Rakouská  
dálniční známka  
za pouhou 1,- Kč

info@neotravel.cz [www.neotravel.cz](http://www.neotravel.cz)

# Sexistická reklama

stojí na  
principu  
"sex  
sells".

SEXISTICKÁ REKLAMA





# Sexistická reklama

propaguj  
e násilí.

SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama

**vytváří  
mýtus  
krásky.**  
SEXISTICKÁ REKLAMA



Kährs

**1 FLOOR**  
CENTRUM PODLAH

MĚLNÍK  
· Nádražní 2004

Nová kolekce  
dřevěných podlah jen v síti →

[WWW.1FLOOR.EU](http://WWW.1FLOOR.EU)

# Sexistická reklama

**používá  
jazykový  
sexismus**

- SEXISTICKÁ REKLAMA



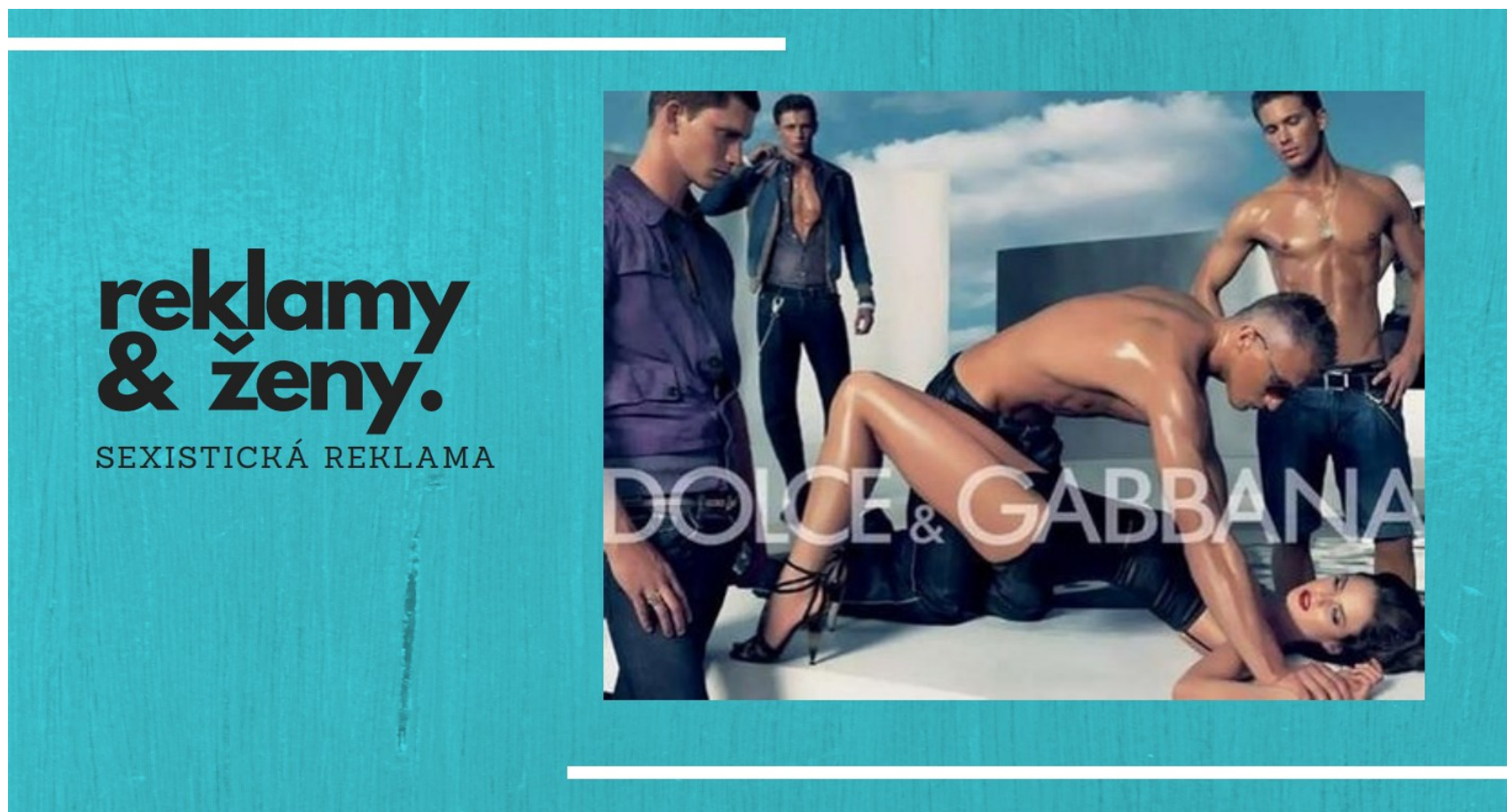
# Sexistická reklama

reklamy  
& ženy.

SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama



# Sexistická reklama

## reklamy & muži.

NESEXISTICKÁ  
REKLAMA

Microsoft Ekonomický software pro Evropu.

**Vaše plány jsou velké. Dokáže je Vaš současný podnikový informační systém uskutečnit?**

At all else in your firm is running smoothly – from sales, legal, payroll processing, customer, shipping, accounts – do you have the right tools for complete control of your business? It's time to upgrade your current system? Do you need automatic processing of invoices? Do you need communication & customer relationship applications? Do you need a system that can respond to the needs of your customers & sales? Do you need a system that can help you manage your business? Do you need a system that can help you manage your business? Do you need a system that can help you manage your business?

Microsoft Navision a Microsoft Axapta takovými řešeními jsou.

Pro další informace navštivte [www.microsoft.com/cze/BusinessSolutions/](http://www.microsoft.com/cze/BusinessSolutions/).

© 2004 Microsoft Corporation. Všechna práva vyhrazena. Microsoft a slogan "Your potential. Our passion." jsou registrované obchodní známky Microsoft Corporation ve Spojených státech amerických a v jiných zemích. Názvy společností a produktů uvedené v tomto materiálu mohou být ochrannými známkami příslušných společností.

Microsoft Business Solutions

BlueStone

Celý svět se k vám vřítí přes širokopásmový bezdrátový internet

**Bluetone Angel - nová generace ADSL**

Modernější, rychlejší, propustnější s neomezeným přístupem na internet, s rychlostí od 512 kb/s jen za 1.490 Kč (1.024 kb/s od 1.990 Kč) a bez omezení datových dat. K tomu si své telefonické linky bez poplatků a neobtěžování voláte jen pro volání. Nemusíte mědit čísla, ale můžete využít Český Telecom, Samozřejmě že si můžete vybrat i z našich doplňkových služeb (firewall, e-mail, web-hosting...).

Kde ostatní končí, my pokračujeme.  
[www.bluetone.cz](http://www.bluetone.cz), infolinka 800 400 200

Úplné informace na [www.bluetone.cz](http://www.bluetone.cz). Úroveň ceny jsou bez DPH. Bluetone je ochranná známka společnosti ČEZÉ BROADBANDSERVICES s. r. o., veškeré práva vyhrazeny.

# Sexistická reklama

reklamy  
& muži.  
SEXISTICKÁ REKLAMA



# Sexistická reklama

reklamy  
& muži.  
SEXISTICKÁ REKLAMA





# Sexistická reklama

[Reklamních stereotypů máme plné zuby – YouTube](#)

[Representations of Gender in Advertising - YouTube](#)

# Sexistická reklama

## Jak na nás působí?

### SEXISTICKÉ REKLAMY

- prezentuje hodnoty, mužství a ženství - zpětně ovlivňuje náš pohled na svět i nás samotné
- udržování sexistického prostředí
- přehlížení širokého spektra rolí, zkušeností a vlastností reálných žen a mužů
- formování identity dívek a mladých žen a mužů
- ovlivňují jejich životy a rozhodnutí, jakou kariéru si zvolí-

# Sexistická reklama

## Jak na nás působí?

### SEXISTICKÉ REKLAMY

- Dlouhodobé vystavování se obrazům a scénám, které ukazují ženskou potěchu mužskou sexuální agresivitou,
- vede u mužů k větší akceptaci sexuálního obtěžování.

Muži vystaveni reklamám prezentující ženy jako sexuální objekty jsou náchylnější ke stereotypizování genderových rolí a přijímání mýtů o znásilnění, více akceptují násilí na ženách.

# Sexistická reklama

## Jak na nás působí?

### SEXISTICKÉ REKLAMY

- útočí na obavy mladých lidí, používá falešné sliby
- ukazuje, jak být populární, co je aktuálně trendy
- prodává myšlenku, kým by žena měla být, jak by se měla oblékat, chovat
- ovlivňují mužské vnímání žen a očekávání vůči nim
- „ženské“ časopisy – 1/3 – ¼ reklamy

# Sexistická reklama

## Jak na nás působí?

SEXISTICKÉ REKLAMY

Ideál krásy se stává normou, normou je vypadat perfektně, perfektnost ale není dosažitelná, protože je fikcí.

<https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U>; <https://www.youtube.com/watch?v=17j5QzF3kqE>

## Jak na nás působí?

SEXISTICKÉ REKLAMY

<https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U>

<https://www.youtube.com/watch?v=17j5QzF3kqE>



## Jak na nás působí?

SEXISTICKÉ REKLAMY

VÝZKUMY

- negativní dopad na ženy - kultura štíhlosti - depresivní, více nespokojené se svým tělem
- negativní dopad na muže - kultura muskulatury - depresivní reakce, nespokojenost s muskulaturou

# Sexistická reklama

sex  
&  
nahota.

ZNAMENAJÍ VŽDY SEXISMUS?

maximizer MEMORY CUSHION Triumph Shine with Confidence

Singapore Promotions

LAUNCH SPECIAL

Save Up To \$60

- 1st set: \$10 off
- 2nd set: \$20 off
- 3rd set: \$30 off

Save 50% on full range of Triumph Bras and Bodywear items.

40% off on all Triumph items.

Triumph METRO

YOU MAKE IT YOU MAKE IT YOU MAKE IT

durex

śląc na wszystko!

www.demotywatory.pl



# Sexistická reklama

**CVVM: Vnímání sexistické  
reklamy českou veřejností**

# Sexistická reklama

CVVM, 2018. Vnímání sexistické reklamy českou veřejností.

- reprezentativní výzkum
- cílová populace nad 15 let (1 037 respondentů)

Hlavní zjištění:

- Více jak tři pětiny (61 %) české veřejnosti mají k reklamě negativní postoj (reklamy jim vadí) a jedné čtvrtině (25 %) dotázaných naopak reklamy obecně nevadí (mají k nim pozitivní postoj).
- Negativní postoj k reklamě se zvyšuje s rostoucím věkem a naopak klesá směrem od levice k pravici na škále politické orientace. Reklamy rovněž více vadí lidem, kteří nepoužívají internet a Facebook.

# Sexistická reklama

- Ze zkoumaných forem sexistického obsahu v reklamě dotázaným nejvíce vadí zobrazování násilí vůči ženám (91 %), dále zesměšňování lidí na základě toho, jak vypadají (75 %) a také zobrazování stereotypů v souvislosti se ženami i s muži (shodně 54 %). Naopak nejméně dotázaným vadí to, že v reklamě vystupují pouze ženy a muži odpovídající určitému ideálu krásy (46 %).

# Sexistická reklama

- Všechny formy sexistického obsahu v reklamě vadí více ženám. Se zvyšujícím se vzděláním dotázaným také častěji vadí zobrazování odhalených ženských těl, stereotypů v souvislosti se ženami a zesměšňování lidí neodpovídajících ideálu krásy, lidem s (neúplným) základním vzděláním pak v reklamách méně vadí zobrazování násilí vůči ženám. Z hlediska věku zesměšňování lidí neodpovídajících ideálu krásy vadí méně mladým lidem ve věku 15 až 19 let, naopak respondentům s rostoucím věkem více vadí zobrazování odhalených mužských a ženských těl v reklamě, pokud nesouvisí s prodávaným výrobkem či službou.

# Sexistická reklama

- Mezi nejčastější důvody, proč lidem vadí určitá forma sexistického obsahu v reklamě, patří to, že se jim to nelíbí, že se jim to zdá ošklivé a také že to přispívá k nerovnostem mezi muži a ženami ve společnosti.
- Sexistický obsah v reklamě vadí dotázaným obecně jako takový a že to, kdo je zadavatelem reklamy, nehraje příliš významnou roli, vyjma toho, pokud zadavatelem není soukromá firma.

# Sexistická reklama

- Respondenti nemají jednotný názor na to, zda a případně jak moc by měla být výsledná podoba reklamy regulována či neregulována. Nejvíce (33 %) si lidé myslí, že „by mělo být regulováno zákonem, co se v reklamách smí a nesmí objevit, a pokud dojde k porušení zákona, měla by být reklama stažena“. Názor na (ne)regulaci výsledné podoby reklamy souvisí s obecným postojem dotázaných k reklamě a dále s pohlavím a vzděláním.
- Nejvíce dotázaných si však myslí, že v současnosti je „podoba reklamy ponechána zcela na výrobcí“ nebo nemají jasný názor a volí možnost „nevím“ (shodně 27 %).

# Aktivita

MÁ HLADINA NÁSILÍ

# **Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí**

3. 5. 2022



# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

proFem, MindBridge: Partnerské násilí dospívajících a mladých (2019):

- teen dating violence
- Vztahy, „randění“ 16 – 26 let
- 1 000 respondentů

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

Z reprezentativního vzorku 1000 dotazovaných respondentů a respondentek ve věku 16-26 let mělo nějakou zkušenost se vztahem 914 mladých či dospívajících. Přičemž 33 % z těchto lidí zažilo v některém ze svých vztahů násilí, které definujeme jako partnerské násilí mladých

## Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

- každý třetí mladý člověk, který/která má zkušenost se vztahem, zažívá či zažil násilí ze strany svého partnera nebo člověka, se kterým „randí“
- oběťmi ve 61 % ženy či dívky, ve 39 % muži či chlapci

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

Formy:

- nejčastější formou **psychologické** násilí – polovina mladých lidí, kteří se nacházejí v násilném vztahu opakovaně ze strany svého partnera či partnerky zažívá extrémní žárlivost a obviňování z nevěry. 41,3 % lidí, kteří čelí nebo čelili partnerskému násilí, zažilo také opakovanou kontrolu, kdy jejich partner/ka trval(a) na tom, že musí vědět, kde se nacházejí, s kým jsou a co dělají.

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

- fyzické násilí – 19,3 % mladých lidí, kteří čelí nebo čelili partnerskému násilí, zažilo nebo zažívá opakovaně v násilném vztahu facky a násilné strkání.
- kybernásilí – nejčastěji kontrola a čtení zpráv z partnerova/partnerčina mobilu bez jejich souhlasu, které opakovaně zažívá 31,3 % mladých obětí partnerského násilí. 25,3 % obětí násilí je opakovaně zahlcováno zprávami, emaily, telefonáty, a to i po skončení vztahu.

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

- stalking, tedy nebezpečné pronásledování, je také součástí této problematiky - 18,7 % mladých lidí, kteří mají nebo měli zkušenost s násilným vztahem, zažilo, že je bývalí partneři opakovaně po rozchodu vyhledávali, i když vyjádřili nezájem se s nimi dále vídat.
- téměř 14 % lidí v násilném vztahu zažilo opakované sexuální násilí v podobě nevyžádaných polibků a dotyků

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

Řešení situace:

- ¼ nepřistupuje k řešení
- ti, kteří a které situaci řeší, často volí několik způsobů řešení najednou. Nejčastěji se s partnerem rozchází (56 %) nebo se svěří své kamarádce či kamarádovi (47 %). Pouze minimum podá v souvislosti s násilím ve vztahu trestní oznámení nebo vyhledá odbornou pomoc. Ve 26 % případů se situace násilí ve vztahu nijak nezměnila i přesto, že mladí lidé vyzkoušeli některé ze zmíněných řešení. V 5 % případů se situace dokonce zhoršila.

# Gender a násilí: Násilí v partnerských vztazích mladých lidí

Dopady:

- nejčastěji se nemohou kvůli násilí dlouhodoběji soustředit na své studium, školu nebo na svou práci (43 %).
- u přibližně každého čtvrtého chlapce nebo dívky se projeví anorexie nebo výrazný úbytek váhy (26 %).
- dokonce 16 % mladých lidí napadají v důsledku násilí myšlenky na sebevraždu