

Tato bakalářská práce se zabývá zobrazováním stáří v reklamách. Většina pozornosti odborníků i laické veřejnosti je v této oblasti zaměřena na problematiku genderových stereotypů. Na toto téma existují zahraniční výzkumy. V České republice ale není nijak obvyklé téma zobrazování seniorů v reklamách. Cílem práce je popsat zobrazování stáří v reklamách dnes a porovnat výsledky s dřívějšími výzkumy, případně popsat změny, které nastaly. Práce se bude zabývat nejen způsobem zobrazování stáří v reklamách, ale i s jakými produkty jsou senioři v reklamách nejčastěji spojováni a zda jsou zobrazováni stereotypně.