

8. Seznam použité literatury

- BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004.
- BOSNIČOVÁ, Nina; FRÝDLOVÁ, Pavla; JONÁŠOVÁ, Kateřina (eds.). *Gender a marketing*. Praha: Gender Studies: 2008.
- CÉZAR, Jan. *I zázrak potřebuje reklamu*. Brno: Computer Press, 2007.
- ČMEJRKOVÁ, Světlana. *Reklama v češtině, čeština v reklamě*. Praha: Leda, 2000.
- FRITH, Katherine Toland. *Undressing the Ad*. New York: Peter Lang Publishing, 1998.
- FREUD, Sigmund. *Výklad snů*. Pelhřimov: Nová tiskárna, 2003.
- GALLUP & ROBINSON. *Sex in Advertising. Knowledge Center (Essays)* [online]. Dostupné z WWW: <http://www.gallup-robinson.com/essay2.html>.
- GOFFMAN, Erving. *Gender Advertisements*. New York: Harper & Row, 1979.
- JANOUSEK, Jaromír. *Verbální komunikace a lidská psychika*. Praha: Grada, 2007.
- KILBOURNE, Jean. *Can't Buy My Love: How Advertising Changes the Way We Think and Feel*. New York: A Touchstone Book, 1999.
- KOBIELA, Roman. *Reklama: 200 tipů, které musíte znát*. Brno: Computer Press, 2009.
- KOUDELKA, Jan. *Ženské a mužské role v perspektivě spotřebního marketingu: souborná studie projektu*. Praha: Oeconomica, 2008.
- KUBÁLKOVÁ, Petra; WENNERHOLM-ČÁSLAVSKÁ, Tereza. *Gender, média a reklama: možnosti (samo)regulace genderových stereotypů v médiích a reklamě*. Praha: Otevřená společnost – Centrum ProEquality, 2009.
- LEWIS, David. *Tajná řeč těla*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- McDONOUGH, John (ed.). *The Advertising Age: Encyclopedia of Advertising*. New York: Fitzroy Dearborn, 2003.
- MILLS, Sara. *Feminist Stylistics*. London, New York: Routledge, 1995.

- NAKONEČNÝ, Milan. *Encyklopedie obecné psychologie*. Brno: Academia, 1998.
- OGILVY, David. *Ogilvy o reklamě*. Praha: Management Press, 2007.
- PETERSEN, James R. *Století sexu: dějiny sexuální revoluce časopisu Playboy*. Praha: BB art, 2003.
- Du PLESSIS, Erik. *Jak zákazník vnímá reklamu*. Brno: Computer Press, 2007.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- REICHERT, Tom; LAMBLASE, Jacqueline. *Sex in Advertising: Perspectives on the Erotic Appeal* [online]. Lawrence Erlbaum Associates, 2003. Dostupné z WWW: <<http://www.questia.com>>.
- Sex in Advertising* [online]. 2003-02-23. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Sex_in_advertising>.
- STERN, Jan. *Latentní význam reklamního textu*. Praha: FSV UK, 2004. Diplomová práce.
- TANAKA, Keiko. *Advertising Language*. London: Routledge, 1999.
- TEGZE, Oldřich. *Neverbální komunikace*. Brno: Computer Press, 2007.
- TOSCANI, Olivier. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha: Slovart, 1996.
- VOŠÁHLÍKOVÁ, Pavla. *Zlaté časy reklamy*. Praha: Karolinum, 1999.
- VYSEKALOVÁ, Jitka; KOMÁRKOVÁ, Růžena. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada, 2001.
- VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada. 2007.
- VYSEKALOVÁ, Jitka; MIKEŠ, Jiří. *Reklama: jak dělat reklamu*. Praha: Grada, 2007.
- WEISS, Petr; ZVĚŘINA, Jaroslav. *Sexuální chování v ČR: situace a trendy*. Praha: Portál, 2001.
- WILLIAMSON, Judith. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars, 1978.
- YALOM, Marilyn. *Dějiny nádra*. Praha: Rybka Publishers, 1999.
- ZVĚŘINA, Jaroslav. *Sexuologie (nejen) pro lékaře*. Brno: CERM, 2003.

Články

- Češi a reklama 2008: proměny postojů české veřejnosti k reklamě [online]. Praha: Factum Invenio, 20. 2. 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.factum.cz/tz292>>.
- DZAMKOVÁ, Jiřina. Reklama dneška – etika, nebo kontroverze? *Strategie*, 2001, č. 11.
- HANKOVÁ, Jelena. 10 let české reklamy: Milníky/profesní. *Strategie*, 2001, č. 5.
- HOŘČICA, Jiří. Sex v české reklamě není, ale ani nemůže být problém. *Strategie*, 2003, č. 3.
- HOŘČICA, Jiří. Čechům v reklamě vadí pouze nevhodně použitý sex. *Strategie*, 2004, č. 5.
- HOŘČICA, Jiří. Žena v české reklamě: stále samice a hospodyně. *iStrategie.cz* [online], 2003. Dostupné z WWW: <<http://www.feminismus.cz/index.shtml?x=132392>>.
- HUDSKÝ, Aleš. Pavel Brabec (osobnost). *Marketing Magazine*, 2009, č. 8.
- HULCR, Jiří; NEDVĚD, Oldřich. Velká ňadra a útlý pas značí vysoký reprodukční potenciál žen. *Vesmír* [online], 12. 11. 2004, roč. 83, č. 11, s. 610. Dostupné z WWW: <<http://www.vesmir.cz/clanek.php3?CID=6080>>.
- LEOPARD, Wanda. Gender Stereotyping in Medical Advertising: Much ado about something?. *A Journal of Research* [online], 1993, No. 29. Dostupné z WWW: <<http://www.questia.com>>.
- Nejoblíbenější české TV reklamy. *MediaGuru* [online], 21. 1. 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/index.php?id=2424>>.
- KOPECKÝ, Ladislav. 10 let české reklamy: reklama na troskách železné opony. *Strategie*, 2001, č. 5.
- KRUPKA, Jaroslav. Reklamní agentury: kreativita versus efektivita. *Strategie*, 2005, č. 4.
- PRICE, Heather. *Sex and Advertising: An "Organic" Experience* [online]. Last update 2002-08-12. Dostupné z WWW: <<http://serendip.brynmawr.edu/biology/b103/f02/web2/hprice.html>>.
- ŠMEJCOVÁ, Jana. Jak vnímají reklamu Češi a Evropané. *Strategie* [online], 5. 10. 2009, č. 41. Dostupné z WWW: <<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=447680>>.

- TNS Factum: Sexuální motivy v reklamě Čechům vesměs nevadí. *Novinky.cz* [online], 16. 1. 2003. Dostupné z WWW: <<http://www.novinky.cz/zena/vztahy-a-sex/997-tns-factum-sexualni-motivy-v-reklame-cechum-vesmes-nevadi.html>>.
- VŠETEČKOVÁ, Vlad'ka. Sex a tabák v reklamě – vývoj postojů české veřejnosti. *Strategie*, 2000, č. 2.
- VYSEKALOVÁ, Jitka; HERZMANN, Jan. 10 let české reklamy: reklama a veřejnost. *Strategie*, 2001, č. 5.
- ZARCHIKOFF, Rebecca. *Sexual Images of Women to Sell Products: 'Fascism' and 'Bodyism'* [online]. Victoria (Canada): University of Victoria, 2002. Dostupné z WWW: <<http://kafka.uvic.ca/~rzarchik/employed.html>>.

Doplňující literatura

- COOK, Guy. *The Discourse of Advertising*. London: Routledge, 2001.
- DOUGLAS, Johnson. *Advertising Today*. Chicago: Science Research Associates, 1978.
- GALICIAN, Mary-Lou. *Sex, Love & Romance in the Mass Media: Analysis & Criticism of Unrealistic Portrayals & Their Influence*. Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
- GRAYDON, Shari. *Made You Look – How Advertising Works and Why You Should Know*. Toronto: Annick Press, 2003.
- GUNTER, Barrie. *Media Sex: What Are the Issues?* Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- KLEPPNER, Otto. *Advertising Procedure*. New Jersey: Prentice-Hall, 1966.
- LEARS, Jackson. *Fables of Abundance: A Cultural History of Advertising in America*. New York: Basic Books, 1995.
- LEISS, William. *Social Communication in Advertising*. London: Routledge, 1990.
- McFALL, Liz. *Advertising: a cultural economy*. London: Sage, 2004.
- PETLEY, Julian. *Advertising*. North Mankato (Minnesota): Smart Apple Media, 2002.
- RADEMACHER, Kate. *Media, Sex and Health: A Community Guide for Professionals and Parents*. Chapel Hill: North Carolina, 2007.

- RORTY, James. *Our Master's Voice: Advertising*. [New York]: Arno Press, 1976.
- STOLTZFUS, Duane C. S. *Freedom from Advertising*. Champaign (Illinois): University of Illinois Press, 2007.
- STREITMATTER, Rodger. *Sex Sells!: The Media's Journey From Repression To Obsession*. New York: Basic Books, 2004.
- WERNICK, Andrew. *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*. London: Sage, 1991.
- YOUNG, Charles E. *The Advertising Research Handbook*. Seattle (Washington): Ideas in Flight, 2005.