

# Obsah

Obsah .....	1
Úvod .....	2
Žena ve francouzské reklamě (J. Boučková).....	4
Obsahová analýza inzerce ve vybraných časopisech (O. Vávra).....	7
Dynamika rodových diferencí v reklamě (J. Koudelka) .....	11
Generační podmínění rodových diferencí ve vztahu k volnému času (J. Koudelka) .....	15
Projevy mužského a ženského chování v české populaci (O. Vávra) .....	20
Mediální chování mužů a žen (M. Zamazalová) .....	25
Specifika vnímání ženských a mužských rolí v ČR (V. Stříteský) .....	28
Postoje českých spotřebitelů k zobrazování ženských a mužských rolí v reklamě (V. Stříteský).....	32
Deklarované vnímání rolí (J. Koudelka) .....	36
Specifické skupiny spotřebitelů, jejich spotřební chování v ČR (M. Magott).....	39
Rodové změny ve struktuře životních stylů (J. Koudelka) .....	43