

Diplomová práce „Národnostní a rasové stereotypy v televizní reklamě (se zaměřením na USA)“ pojednává o rasistických tendencích v současné americké televizní reklamě. Cílem je popsat stereotypní prezentaci černochů, Hispánců a Asijců v reklamní tvorbě a demonstrovat přítomnost těchto stereotypů na konkrétních televizních spotech. Teoretická část textu se zabývá obecnou charakteristikou reklamy se zaměřením na specifika a vliv televizní reklamy ve vztahu k národnostním a rasovým menšinám. Dále také vymezením pojmu stereotyp a důsledky stereotypního vyobrazení menšin v reklamě a v médiích obecně. Obšírně se zde pak věnují historii rasistického přístupu americké společnosti vůči zmiňovaným minoritním skupinám a vývoji jejich mediální reprezentace od počátků k dnešku. Závěr této části odkazuje k specifickým způsobům stereotypní prezentace menšin v současné reklamní tvorbě. Praktická část práce popisuje metodu kvalitativní textové analýzy, kterou využívám při rozboru televizních spotů. Na příkladech jednotlivých televizních reklam následně ukazují, jakým způsobem se v praxi projevují stereotypní formy mediálního zobrazování národnostních a rasových menšin, jež byly popsány v teoretické části.