

## Mýtus krásy

Podľa autorky rovnomennej knihy Naomi Wolf nám mýtus krásy „navráva, že kvalita zvaná krása objektívne a univerzálne existuje. Ženy ju musia chcieť stelesňovať a muži musia chcieť vlastniť ženy, ktoré ju stelesňujú.“ Ak sa reklamy zameriavajú výlučne na jeden typ „správneho“ tela, podieľajú sa šírení mýtu krásy. V prípade žien sa kladie dôraz na štíhlosť, atraktivnosť a mladosť, u mužov je to najmä atraktivnosť, sila a fyzická zdatnosť. Telo, ktoré ideálu uniformnej dokonalosti nezodpovedajú, reklama často zosmiešňuje alebo zobrazuje ako čosi, čo treba „opraviť“. Mýtus krásy sa však zďaleka netýka len výzoru, ale aj správania „správnych“ žien (a mužov). Reklama často reprodukuje len istý typ ženskosti (a mužskosti) a popiera rozmanitosť ľudskej krásy, čo má ničivý vplyv najmä na dospelávajúce dievčatá a chlapcov.

SEXISTICKÝ  
KIX

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)





## Sexualizácia

V duchu pochybného marketingového presvedčenia, že „sex predáva“, reklama zobrazuje osoby alebo časti tel v jasne sexualizovanej, čisto dekoratívnej funkcii bez súvislosti s propagovanými produktmi. Ženy (zriedkavejšie mužov) redukuje na sexuálne objekty, resp. na bytosti ovládané sexuálnymi pudmi. Sexualizované bývajú aj predmety či služby, hoci so sexualitou nijako nesúvisia.

SEXISTICKÝ  
KIX

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)



## Jazykový sexizmus

Jazykový sexizmus sa v reklamnej komunikácii prejavuje napríklad používaním narážok a vtipov, ktoré znevažujú či zosmiešňujú vlastnosti stereotypne pripisované ženám či mužom. Patria sem aj dvojzmyselné slogany a slovné hračky, ktoré sexualizujú výpoveď bez súvislosti s propagovaným produktom. Jazykový sexizmus sa prejavuje aj znevíditeľňovaním žien – často sa používajú označenia osôb či profesií výlučne v mužskom rode, čo však v rámci rodovej del'by práce neplatí zasa o upratovačke, ktorou by podľa predpoklatého očakávania mala byť žena. Sexistické je aj používanie znevažujúcich označení v ženskom rode na osoby mužského rodu a naopak.

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)

SEXISTICKÝ  
KIX

## Násilie

Niektoré reklamy využívajú prvky násilia ako niečo, čo je atraktívne či zábavné. Často sa priamo prepájajú so sexuálnou príťažlivosťou. Násilie a ponižovanie, ktorého terčom sú najmä ženy, sa takto „normalizujú“. Patria sem aj obrazy, ktoré naznačujú, že daný výjav by mohol byť následkom násilného konania, pričom táto skutočnosť je buď celkom prehliadaná, alebo zľahčovaná. Niektoré obsahy dokonca vyslovene nabádajú k násiliu, osobitne k rodovo podmienenému násiliu.

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)

SEXISTICKÝ  
KIX

## Rodové stereotypy

Sú zjednodušujúce, obmedzujúce a predpojaté predstavy o „typickej“ ženskosti a mužskosti. Reklamy založené na rodových stereotypoch zdôrazňujú „opačnosť“ dievčat a chlapcov či žien a mužov ako jednoliatych skupín. Zobrazujú napríklad gazdinky a profesionálov, podriadené a nadriadených, parádnice a dobrodruhov, ženské objekty a mužské subjekty túžby. Pri delení na „nežné“ a „silné“ pohlavie pritom nejde len o výzor, ale najmä o správanie, vlastnosti a činnosti, ktorými ženy a mužov reklama často vykazuje do oddelených svetov s jasne vymedzenými rolami, záujmami a skúsenosťami.

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)

SEXISTICKÝ  
KIX





## Rozkúskovanie

Pri fragmentácii ľudských telí dochádza k zobrazovaniu častí telí alebo ich detailov takým spôsobom, aby sa prvoplánovo zdôraznila sexuálna „použitelnosť“ – napríklad detail ženského poprsia či dekoltu, úst, zadku a pod. Často sa vyskytuje aj neosobné torzo, t. j. telo bez hlavy. V reklame pritom zväčša nejde o umeleckú nadsádzku a z takejto „vystrihovačky“ sa často vytráca ľudská bytosť. Dehumanizujúco sa zvyknú zobrazovať najmä ženské telá.

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)

SEXISTICKÝ  
KIX

## Spredmetňovanie

Keď reklama narába s ľudskými bytosťami ako s predmetmi, stávajú sa v jej podaní objektmi bez vlastnej vôle a moci rozhodovať. Takýmto zobrazovaním ponižuje ľudí na úroveň tovaru alebo služieb. Najmä obrazy žien a častí ich tel sa vyslovene zneužívajú na dekoratívne účely, sú prirovnávané k tovaru či službám alebo priamo štylizované ako tovar, ktorý je na predaj.

SEXISTICKÝ  
KIX

[www.sexistickykix.sk](http://www.sexistickykix.sk)

