

Wizerunek kobiety w kampaniach reklamowych H&M i Guess w latach 2018-2019 dostępnych na kanale YouTube

Wstęp.....3

Rozdział I

Stereotypy kobiet i ich rola w reklamie

1 W sidiach stereotypów7

2 Kobieta – materiał dla mediów.....13

Rozdział II

Oryginalność i wolność. H&M – marka przeciwstawiająca się stereotypizacji.

1 Kobieta naturalna.....23

2 Wyzwolone i niezależne27

3 Retoryka codzienności i szczęścia.....31

Rozdział III

Szczyt doskonałości? Guess – kobiety jak ze snu.

1 Urok, seksapil i siła kobiecych atrybutów.....36

2 Kobieta indywidualna41

3 Kobieta w relacji z mężczyzną44

Zakończenie.....49

Bibliografia.....52