

Dziecko, a reklama telewizyjna.

Wstęp.....3

Rozdział I

Dziecko, a reklama telewizyjna. Przegląd literatury przedmiotu.

1. Definicje: dziecko, reklama, reklama telewizyjna4
2. Komunikat reklamowy.....11
3. Dziecko – wrażliwy odbiorca reklam.....14
4. Główne motywy w reklamie.....17
5. Przegląd badań nad reklamą.....26

Rozdział II

Metodologia badań własnych.

1. Przedmiot i cel badań.....27
2. Problemy badawcze.....27
3. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....28
4. Charakterystyka terenu i przebiegu badań.....29

Rozdział III

Dziecko, a reklama telewizyjna. (Na podstawie badań własnych)

1. Wprowadzenie.....30
- 2 . Reklama telewizyjna w odbiorze dziecka w środowisku miejskim30
 - 2.1 Telewizja w życiu dziecka.....30
 - 2.2 Zakres wiedzy rodziców na temat siły oddziaływan reklam telewizyjnych na dziecko.....32
 - 2.3. Dziecko o reklamach telewizyjnych.....35
 - 2.4 Własne interpretacje reklam telewizyjnych przez dzieci z klas I-III.....39
 - 2.5 Wiedza nauczyciela na temat silnej perswazji reklam telewizyjnych na dziecko.....50

3 . Reklama telewizyjna w odbiorze dziecka w srodowisku wiejskim.....	52
3.2 Zakres wiedzy rodziców na temat sily oddzialywan reklam telewizyjnych na dziecko.....	52
3.3. Dziecko o reklamach telewizyjnych.....	56
3.4 Wlasne interpretacje reklam telewizyjnych przez dzieci z klas I-III.....	61
3.5 Wiedza nauczyciela na temat silnej perswazji reklam telewizyjnych na dziecko.	70
4.Wyniki zbiorcze.....	74

Wnioski i postulaty.....79

Streszczenie82

A summary of the master's thesis in English.....83

Bibliografia.....84

Aneksy.....86