

Percepcja reklam przez dzieci w wieku szkolnym.

Wstęp.....4

Rozdział I

Media w kontekście wychowania dzieci

- 1.1. Media a życie współczesnych rodzin.....8
- 1.2. Telewizja i internet jako środowisko wychowawcze dziecka na dzieci.11
- 1.3. Postawy dziecka wobec mediów kształtowane przez rodziców.....20

Rozdział II

Wpływ reklamy na zachowania odbiorców.

- 1.1. Geneza, cele i funkcje reklamy..... 23
- 1.2. Reklama telewizyjna jako jedno z mediów reklamowych.....28
- 1.3. Wpływ społeczny i jego główne techniki.....29
- 1.4. Manipulacja i perswazja w reklamie.....32
- 1.5. Wpływ reklamy na zachowanie się dzieci i młodzieży.....46

Rozdział III

Metodologiczne podstawy badań własnych.

- 3.1. Przedmiot oraz cel badań.....51
- 3.2. Problemy i hipotezy badawcze.....52
- 3.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....56
- 3.4. Przebieg i organizacja badań63

Rozdział IV

Podatność uczniów na reklamy telewizyjne w świetle badań własnych.

4.1. Charakterystyka terenu badań i badanej populacji.....65

4.2. Analiza i interpretacja wyników badań.....70

Zakończenie i wnioski z badań87

Bibliografia.....92