

# **Wizerunek kobiet w reklamach telewizyjnych.**

Wstęp.....2

## **Rozdział I**

Charakterystyka reklamy telewizyjnej.

1. Telewizja – srodkiem masowego przekazu.....4
2. Historia reklamy telewizyjnej.....11
3. Pojęcie, rodzaje i cele reklamy telewizyjnej.....13

## **Rozdział II**

**Stereotyp kobiety we współczesnej reklamie telewizyjnej**

1. Źródła stereotypów.....36
2. Pojęcie i rodzaje stereotypów.....53
3. Stereotyp kobiety szczególnym rodzajem stereotypu.....58

## **Rozdział III**

**Struktura procesu badawczego.**

1. Określenie problematyki przedmiotu badan.....67
2. Cele badawcze.....67
3. Hipotezy badawcze i ich najwazniejsze tezy.....68
4. Wymiar czasowy, wymiar przestrzenny.....69
5. Populacja i dobór próby.....69
6. Wybór metody badania.....69
7. Kwestionariusz ankiety i jego charakterystyka ogólna.....71

## **Rozdział IV**

**Wizerunek kobiet w reklamach telewizyjnych – wyniki badan**

**własnych.**

1. Analiza danych.....73
2. Analiza danych respondenta.....82

**Zakończenie.....85**

**Bibliografia.....87**

**Spis diagramów.....89**

**Aneks.....90**