

# **Wpływ manipulacji w reklamie telewizyjnej na dzieci i młodzież.**

**Wstęp.....3**

**Rozdział I.**

**Manipulacja w reklamie**

1.1. Pojęcie manipulacji..... 5

1.2. Reklama jako element życia społecznego..... 6

1.3. Środki masowego przekazu wykorzystywane przez reklame  
.....8

1.3.1. Reklama telewizyjna .....9

1.3.2. Reklama radiowa .....10

1.3.3. Reklama prasowa..... 11

1.3.4. Reklama elektroniczna .....11

1.4. Techniki i sposoby manipulacji wykorzystywane przez  
reklame telewizyjna .....12

1.5. Psychologiczna kontrola reklamy nad konsumentem .....16

**Rozdział II.**

**Wpływ reklamy telewizyjnej na dzieci i młodzież**

2.1. Podatność dzieci na przekazy medialne .....20

2.2. Młodzież i dzieci jako cel reklamy telewizyjnej .....23

2.3. Konsekwencje oddziaływania reklamy na zachowania na rynku  
.....26

2.4. Sposoby przeciwdziałania negatywnym skutkom reklamy wśród  
dzieci i młodzieży .....28

**Rozdział III.**

## **Metodologia badan własnych**

- 3.1. Przedmiot i cel badan..... 31
- 3.2. Problemy badawcze .....31
- 3.3. Metody, techniki i narzedzia badawcze..... 33
- 3.4. Teren i przebieg badan .....35
- 3.5. Charakterystyka badanej populacji .....36

## **Rozdział IV.**

### **Analiza wyników badan własnych**

- 4.1. Wyniki badan własnych .....38
- 4.2. Wnioski .....44

**Zakończenie .....48**

**Bibliografia .....50**

**Spis tabel..... 52**

**Aneks .....53**