

Percepcja reklam przez dzieci w wieku szkolnym

Liczba stron: 108

Rodzaj pracy: magisterska

Rok oddania: 2013

Zawartość pracy:

Spis treści

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 badań ...63

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 badań ...87

Bibliografia...92

Wstęp

Percepcja reklam przez dzieci w wieku szkolnym jest tematem o kluczowym znaczeniu, biorąc pod uwagę coraz większą penetrację mediów w życiu młodych ludzi. Dzieci są narażone na ogromną ilość bodźców reklamowych, szczególnie poprzez telewizję i internet. Jak dzieci odbierają te reklamy, jak wpływają na ich decyzje konsumenckie i jak kształtują ich postrzeganie świata to pytania, które zasługują na gruntowne badania. Na tym polu istnieje wiele obszarów do zbadania, w tym rola rodziców w moderowaniu lub kształtowaniu percepcji dzieci na temat reklam.

Ponadto, zrozumienie, w jaki sposób dzieci postrzegają i interpretują reklamy, ma istotne implikacje dla marketerów, edukatorów, a także dla polityki publicznej. Marketerzy mogą wykorzystać te informacje do tworzenia reklam, które są bardziej etyczne i odpowiednie dla młodego odbiorcy. Edukatorzy mogą wykorzystać te informacje do nauczania dzieci krytycznego myślenia wobec reklam. Wreszcie, politycy mogą używać tych informacji do tworzenia przepisów regulujących reklamy skierowane do dzieci, aby zapewnić ochronę ich praw i dobrostanu.

W rozdziale pierwszym praca koncentruje się na roli mediów w kontekście wychowania dzieci. Omawiane są tutaj tematy takie jak wpływ mediów, w szczególności telewizji i internetu, na życie rodzin i rozwój dzieci, oraz postawy dzieci wobec mediów kształtowane przez rodziców.

Drugi rozdział skupia się na wpływie reklamy na zachowania odbiorców. Autor przedstawia genezę, cele i funkcje reklamy, omawia rolę reklamy telewizyjnej jako jednego z mediów reklamowych, a także techniki wpływu społecznego, manipulacji i perswazji stosowane w reklamie. Rozdział kończy się na analizie wpływu reklamy na zachowania dzieci i młodzieży.

Rozdział trzeci omawia metodologię badań własnych. Przedstawia przedmiot oraz cel badań, problemy i hipotezy badawcze, a także metody, techniki i narzędzia

badawcze, które zostały użyte do przeprowadzenia badań. Opisuje również przebieg i organizację badań.

W czwartym rozdziale prezentowane są wyniki badań własnych dotyczących podatności uczniów na reklamy telewizyjne. Autor przedstawia charakterystykę terenu badań i badanej populacji, a także analizuje i interpretuje wyniki badań.

Praca kończy się podsumowaniem i wnioskami z badań, które mogą być cenne dla rodziców, nauczycieli, psychologów i innych osób zainteresowanych wpływem reklam na dzieci.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!