

# **Wpływ reklam w środkach masowego przekazu na zachowania i postawy dzieci w wieku szkolnym**

Liczba stron: 100

Rodzaj pracy: magisterska

Rok oddania: 2013

Zawartość pracy:

Spis treści:

WSTĘP

ROZDZIAŁ I.

MEDIA A ŚRODOWISKO WYCHOWAWCZE DZIECKA W ŚWIETLE WYBRANEJ LITERATURY PRZEDMIOTU 7

- 1.1. Wpływ mediów na życie współczesnych rodzin 7
- 1.2. Telewizja oraz inne media w kontekście funkcji wychowawczej rodziny 10
- 1.3. Dominacja telewizji oraz Internetu w środowisku wychowawczym dziecka 14
- 1.4. Kształtowanie przez rodziców odpowiednich postaw dziecka wobec mediów 19

ROZDZIAŁ II.

REKLAMA I JEJ WPŁYW NA ZACHOWANIA ODBIORCÓW 22

- 2.1. Geneza, cele oraz funkcje reklamy 22
- 2.2. Reklamy telewizyjne jako medium reklamowe 27
- 2.3. Manipulacja i perswazja w reklamie 28
- 2.4. Wpływ reklam na zachowanie się dzieci oraz młodzieży 43

Rozdział III.

METODOLOGICZNE ZAŁOŻENIA BADAŃ WŁASNYCH 49

- 3.1. Przedmiot i cel badań 49
- 3.2. Problemy i hipotezy badawcze 50
- 3.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze 54

### 3.4. Teren, przebieg i organizacja badań 61

#### Rozdział IV.

#### ANALIZA I INTERPRETACJA WYNIKÓW BADAŃ WŁASNYCH 63

#### PODSUMOWANIE I WNIOSKI Z BADAŃ WŁASNYCH 85

#### ZAKOŃCZENIE 89

#### BIBLIOGRAFIA 91

#### ANEKSY 94

### **Wstęp**

W dobie powszechnej dostępności mediów i rosnącej liczby przekazów reklamowych, warto zastanowić się nad wpływem, jaki mają one na postawy i zachowania dzieci. Praca magisterska pt. „Wpływ reklam w środkach masowego przekazu na zachowania i postawy dzieci w wieku szkolnym” ma na celu zbadanie tej problematyki, co może przyczynić się do lepszego zrozumienia roli, jaką odgrywają reklamy w życiu młodych ludzi. Analiza dostępnych danych oraz przeprowadzone badania własne mają na celu uwypuklenie korzyści i zagrożeń wynikających z ekspozycji dzieci na różnego rodzaju przekazy reklamowe.

W rozdziale pierwszym pracy omówiono wpływ mediów na życie współczesnych rodzin, uwzględniając telewizję, Internet i inne media jako elementy wpływające na funkcje wychowawcze rodziny. Przedstawiono również, jak rodzice mogą kształtować odpowiednie postawy dziecka wobec mediów.

Rozdział drugi skupia się na reklamie jako zjawisku społecznym, przedstawiając jej genezę, cele oraz funkcje. Zwrócono uwagę na reklamy telewizyjne jako medium reklamowe oraz na manipulację i perswazję, jako techniki stosowane w reklamie. W dalszej części rozdziału omówiono wpływ reklam na zachowanie się dzieci i młodzieży.

Rozdział trzeci przedstawia metodologiczne założenia badań własnych, opisując cel, problemy, hipotezy, metody, techniki i narzędzia badawcze oraz teren i organizację badań.

W rozdziale czwartym przedstawiono analizę i interpretację wyników badań własnych, które mają na celu wykazanie wpływu reklam na postawy i zachowania dzieci w wieku szkolnym. Przedyskutowano, w jaki sposób różne rodzaje reklam

wpływają na świadomość dzieci, ich wybory konsumenckie oraz sposób postrzegania świata.

W podsumowaniu i wnioskach z badań własnych zwrócono uwagę na kluczowe aspekty wpływu reklam na dzieci oraz na identyfikację działań, które mogą przyczynić się do zwiększenia świadomości społeczeństwa na temat potencjalnych zagrożeń płynących z reklam. Ponadto, praca może być inspiracją dla dalszych badań w tym obszarze, aby lepiej zrozumieć potrzeby dzieci w kontekście wpływu środków masowego przekazu na ich rozwój oraz możliwości regulacji i kontroli przekazów reklamowych skierowanych do dzieci.

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