

Obsah

Úvodem.....	5
Body image-zamyšlení, poznámky, otázky	7
Body Image, komunikační význam těla, jeho vnímání a přístupy k jeho měření.....	10
Zobrazení podoby těla v inzerci vybraných tištěných médií v r. 2009.....	21
Body image a jeho odraz v médiích.....	27
Představy o těle ve světle dat Market&Media& Lifestyle · TGI.....	32
Body image a jeho vnímaný význam pro jedince (využití analýzy dat MML)	40
Vnímání Body Image mezi spotřebiteli.....	45
Vztah spotřebitelů k vlastní body image.....	49
Postoje spotřebitelů k úpravám a zdobení těla	53
Spotřebitelské vnímání body image v reklamě	56
Generační podmínění rodových diferencí ve vztahu k vnímání body image	59
Obsahové souvislosti body image a spotřebního chování.....	66
Hlavní difference vnímání a působení body image mezi americkými a čínskými spotřebiteli.....	71
Holení jako specifický projev reakce spotřebního chování na body image	77