

**MECANISME DE INFLUENȚĂ A PUBLICITĂȚII TELEVIZATE ASUPRA COPIILOR***Vasilica Magdalena SOMEȘFĂLEAN**Universitatea „Al.I. Cuza”, Iași*

Influențând atitudini, comportamente și valori, televiziunea este considerată unul dintre cei mai mari „formatori”. După cum arată și studiile desfășurate în multe țări, copiii sunt expuși la reclame, la fel ca la orice alte programe, fără să facă de multe ori diferența, de unde și posibilitatea unui impact direct asupra comportamentului lor. Chiar înainte să meargă, să vorbească, să citească sau să scrie, copiii sunt o țintă directă pentru publicitari, pentru că reprezintă 3 piețe: piața cumpărătorilor, a influențatorilor și piața viitorului. Scopul acestei lucrări este de a sublinia mecanismele prin care copiii sunt influențați de reclamele televizate, în măsura în care au o putere de cumpărare semnificativă, care-i face cumpărători, mai mult sau mai puțin autonomi, în funcție de vârsta lor.

*Cuvinte-cheie: publicitate televizată, copii, influență, pester-power, marketing, brand.*

**INFLUENCING CHILDREN THROUGH TELEVISION ADVERTISING**

Influencing attitudes, behaviours and values, television is considered one of the greatest „educators”. As proved by vast research conducted in many countries, children tend to expose to advertising as to any other television shows, watching it with eyes confort, without making the difference, hence the increased predictability of a direct impact of advertising on the childish spirit and behavior. Even before walking, talking, reading or writing, children are considered a first target for advertisers, as they represent three valuable markets: buyers’ market, influence market and future market. The aim of this paper is to highlight the mechanisms through which children are influenced by TV advertising, as they have a fairly significant purchasing power, which makes them play a purchaser, more or less autonomous, depending on their age.

*Keywords: TV advertising, children, influence, pester-power, marketing, brand.*

*Prezentat la 09.02.2015*

*Publicat: septembrie 2015*