

**Przekazy audiowizualne w kontekście rynku, psychologii
i bezpieczeństwa społecznego w Polsce**
Edyta Świnarska, Wojciech Jobczyk

Niniejszy artykuł przedstawia, jak wygląda obecnie rynek reklamy zwracając szczególną uwagę na rynek reklamowy w Polsce oraz jaką rolę w samej reklamie odgrywa psychologia oraz jaki ma ona związek z poczuciem bezpieczeństwa społecznego.

Słowa kluczowe: reklama, psychologia, bezpieczeństwo społeczne

Abstract - Audiovisual communications in the context of the market, psychology and social security in Poland

This article presents what the advertising market currently looks like, paying special attention to the advertising market in Poland and what role psychology plays in advertising itself and how it is related to the sense of social security.

Keywords: advertising, psychology, social security