

<<广告与儿童发展>>

图书基本信息

书名：<<广告与儿童发展>>

13位ISBN编号：9787565700675

10位ISBN编号：7565700673

出版时间：2011-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：张洪生

页数：278

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告与儿童发展>>

内容概要

儿童对电视广告的认知情况和认知特征如何，电视广告对儿童的消费行为和价值观会产生什么样的影响，家庭、学校和社会在儿童认知、心理和行为等方面发挥什么样的作用？

本书在把握儿童发展规律，有利儿童健康发展，遵守社会主义道德和法律的基础上，试图构建中国电视广告发展与儿童保护的研究框架。

本书纳入影视文化全息书丛书（第二辑），其他基本为《媒介融合与表达自由》、《主体、视点、表达：中国独立纪录片研究》以及《科学纪录片研究》。

<<广告与儿童发展>>

书籍目录

概论 第一节 相关概念的界定 第二节 研究的背景与意义 第三节 研究目的、方法与创新之处
第四节 相关研究回顾第一章 儿童发展的权利问题 第一节 儿童观的发展与进步 第二节 儿童
的权利及实现 第三节 我国儿童保护现状 第四节 传媒与儿童的发展权 第五节 电视广告对
儿童权利侵害分析 本章小结第二章 电视广告对儿童的影响分析 第一节 中国儿童的电视广告环
境 第二节 儿童对电视广告的认知和态度 第三节 电视广告对儿童消费行为的影响 第四节 电
视广告对儿童价值观的影响特征 第五节 电视广告对儿童的其他负面影响 本章小结第三章 微系
统的教育引导 第一节 教育引导儿童正确认知广告信息 第二节 父母的教育引导是基础 第三节
学校的正面教育是核心 第四节 加强儿童的媒介素养教育 第五节 家庭教育与学校教育的合作
本章小结第四章 中西儿童广告管理与规制的对比研究 第一节 美国儿童广告发布的监管模式
第二节 发达国家对儿童广告的相关法规 第三节 我国儿童广告监管与法规体系 第四节 我国儿
童广告监管与法规问题 本章小结第五章 宏系统对儿童的保护对策分析 第一节 完善广告审查制
度,加强政府部门监管 第二节 明确广告主、广告代理商和电视媒介的法律责任 第三节 完善广
告法体系中关于儿童广告的规定 第四节 完善广告行业自律制度 第五节 增强儿童广告行业内部
的社会责任感 本章小结结语与问题探索参考文献后记

<<广告与儿童发展>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>