

عنوان مقاله:

پیامد فردی تبلیغات بازرگانی بر کودکان با تکیه بر تقلین

محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

محمدصادق جزایری - سطح دو حوزه علمیه قم

خلاصه مقاله:

تبلیغات بازرگانی برای جامعه مخاطب دارای آثار و پیامدهای می باشد در این میان برخی از گروههای اجتماعی در برابر تبلیغات بازرگانی آسیب پذیری های متفاوتی دارند . پیامدهای تبلیغات بازرگانی بر کودکان از میان سایر گروههای مخاطب بیشتر است تبلیغات بازرگانی که دارای استانداردهای اسلامی و انسانی نباشد، و با تعریف و تمجید غلوآمیز و بزک کردن محصول، مخاطب را دچار وسوسه می نمایند و می تواند کودکان را به آسیب های فردی مانند تنوع طلبی، زیاده خواهی، تخیل گرایی، تنبلی، اضافه وزن و مصرف گرایی دچار کنند. و همچنین در بین کودکان و نوجوانان چشم و هم چشمی بوجود می آورد و حتی تربیت نسل جدید را برای والدین با مشکل مواجه می کند. این پژوهش به روش توصیفی تحلیلی به نقد و بررسی این موضوع می پردازد.

کلمات کلیدی:

پیامد، تبلیغات بازرگانی، کودکان، تقلین .

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1712590>

