

عنوان مقاله:

بررسی میزان انطباق تبلیغات مجلات خانوادگی با قوانین و مقررات تبلیغات ایران

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

مهدی رودگر - کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیک

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف آگاهی از میزان انطباق آگهی های مندرج در مجلات خانوادگی با قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور انجام شده. انتخاب مجلات برای بررسی به این دلیل است که به طور کلی این رسانه چاپی به دلیل شرایط و مشخصه های منحصر به فرد خود، از سوی مخاطبان خاص خود، همواره مورد توجه جدی بوده است و به همین دلیل سفارش دهندگان آگهی (بخصوص صاحبان برخیاز کالا و خدمات خاص) از این رسانه برای تبلیغ کالای خود استفاده می کنند. با این شرایط، قوانین و مقررات تبلیغات کشور که برگرفته از اصول و موازین مطرح شده در چارچوب مفهومی پژوهش هستند و عبارتند از، اصول اخلاقی، فرهنگی، اجتماعی، دینی و حقوقی (قانونی)، به حکم ماده ۹۱ قانون مطبوعات، مبنای اصلی و قانونی در پذیرش و انتشار آگهی ها توسط مجلات تعیین شده اند. بر این اساس سئوالی که ابتدا به ذهن خطور می کند این است که به چه میزان مجلات خانوادگی در پذیرش و انتشار آگهی ها قوانین تبلیغات را رعایت می کنند؟

کلمات کلیدی:

مجلات خانوادگی، مقررات تبلیغات، پیام های تبلیغاتی، حقوق مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1747998>

