

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA990010092900403321 |
| Autore | De Micillis, Domenico |
| Titolo | Nuove riflessioni e nuove scritture per d. Vincenzo de Caro |
| Pubbl/distr/stampa | [Napoli : s.n., 1751] |
| Descrizione fisica | [11] c. ; fol. |
| Altri autori (Persone) | Sorge, Giuseppe |
| Locazione | FGBC |
| Collocazione | V Pa 55 (3 |
| Lingua di pubblicazione | Italiano |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Nomi degli autori a c. [11]v. |
-
- | | |
|-------------------------|---|
| 2. Record Nr. | UNINA9910557655103321 |
| Autore | Koch Leonie Josefine |
| Titolo | Europäische Werberegulierungssysteme am Beispiel geschlechterdiskriminierender Wirtschaftswerbung |
| Pubbl/distr/stampa | Baden-Baden, : Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 2022 |
| ISBN | 3-7489-1317-6 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (424 p.) |
| Collana | Bild und Recht - Studien zur Regulierung des Visuellen ; Band 10 |
| Soggetti | LND |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Sommario/riassunto | In the current debate on gender-appropriate and non-discriminatory commercial communication, this study takes a comparative legal look at the different legal and self-regulatory instruments of the European |

advertising regulation systems. With the inclusion of social science, cognitive psychology and communication theory, the study not only examines the existing national regulations in their respective cultural context, but also considers new European developments, social influencing factors and possible harmonization approaches in the highly controversial field of gender-discriminatory commercial advertising.

Vor dem Hintergrund der Debatte um eine gendergerechte und nichtdiskriminierende kommerzielle Kommunikation nimmt das Werk die unterschiedlichen gesetzlichen wie selbstregulativen Instrumentarien der europäischen Werberegulierungssysteme rechtsvergleichend in den Blick. Unter der Einbeziehung sozialwissenschaftlicher, kognitionspsychologischer und kommunikationstheoretischer Bezüge werden dabei nicht nur die bestehenden nationalen Vorgaben in ihrem jeweiligen kulturellen Umfeld untersucht, sondern auch neue europäische Entwicklungen, gesellschaftliche Einflussfaktoren und mögliche Harmonisierungsansätze des höchst kontrovers diskutierten Themenfeldes geschlechterdiskriminierender Wirtschaftswerbung berücksichtigt.
