

投稿論文募集
ジャーナル・オブ・アドバタイジング
特別号「アジアの広告:理論と実務へのインプリケーション」

現在、ジャーナル・オブ・アドバタイジングでは「アジアの広告:理論と実務へのインプリケーション」をテーマに投稿論文を募集中です。この特別号は、アジアにおける広告のユニークな特徴の理解促進を目指しています。

広告理論のほとんどは欧米で構築・検証されてきたものですが、これらの理論をアジアで応用しようとする、どうもしっくり当てはまらないことがあります。異なる社会的、文化的、あるいは経済的特性に根ざした体系的理論の探求が行わなければ、アジア諸国における広告の機能に関して通り一遍の理解しか得られません。こうした問題に対し、この特別号は、アジアの広告の役割と機能に焦点を当て、特にその理論構築に焦点を当てた研究を広く募集するものです。

方法論としては、国際比較からのアプローチでも、あるいは地域研究やマイノリティ研究のアプローチを応用したものでも構いません。研究者の先進的な創意工夫を刺激するような、創意工夫に富んだ論文をお待ちしています。トピックの例としては下記のようなものがあげられます。

- 説得と態度変容
- 情報処理モデル
- 広告とブランド
- **エンゲージメントと広告**
- 消費者行動・サブカルチャー
- 文化・価値観・意識・社会構造
- 広告内容・広告スタイル・広告戦略
- メディア
- 広告とテクノロジー
- 健康・公共サービス・エコロジー・政治広告
- 定性的研究

投稿論文締切日:2019年1月31日

投稿論文募集の詳細はこちらのリンクからご覧になれます: <https://goo.gl/AQy2DA>

特別号ゲスト編集委員:

Chingching Chang, 國立政治大學, shenc@nccu.edu.tw
Wei-Na Lee, テキサス大学オースティン校, weina@mail.utexas.edu
Yuping Liu-Thompkins, オールド・ドミニオン大学, yxliu@odu.edu

(ゲスト編集委員へのお問い合わせは英文で)