
Themenheft Nr. 43

Advertising Literacy

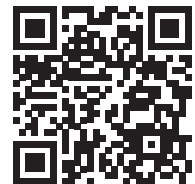
How Can Children and Adolescents Deal with Persuasive Messages in a Complex Media Environment?

Herausgegeben von Brigitte Naderer, Nils S. Borchers, Ruth Wendt
und Thorsten Naab

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Titel: Advertising Literacy. How Can Children and Adolescents Deal with Persuasive Messages in a Complex Media Environment?
Herausgebende: Brigitte Naderer, Nils S. Borchers, Ruth Wendt und Thorsten Naab
Cover & Design: Klaus Rummler
Produktion: Klaus Rummler
Verlag: *OAPublishing Collective Genossenschaft* für die Zeitschrift MedienPädagogik, hrsg. durch die Sektion Medienpädagogik (DGfE)
Herstellung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Deutschland
Reihe: Themenhefte
Nummer: 43



ISBN (print): 978-3-03978-020-4
ISBN (online): 978-3-03978-075-4
DOI-URL: <https://doi.org/10.21240/mpaed/43.X>
ISSN: 1424-3636

© Zürich, August 26, 2021. Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0), alle Rechte liegen bei den Autor:innen

Das Werk und jeder seiner Beiträge, sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen das Material in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten, das Material remixen, verändern und darauf aufbauen und zwar für beliebige Zwecke. Unter folgenden Bedingungen: Namensnennung – Sie müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben machen, einen Link zur Lizenz einschl. Original-DOI beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Diese Angaben müssen den üblichen wissenschaftlichen Zitierformaten folgen.

Inhalt

Editorial: Advertising Literacy. How Can Children and Adolescents Deal with Persuasive Messages in a Complex Media Environment? Brigitte Naderer, Nils S. Borchers, Ruth Wendt, and Thorsten Naab	i
‘This might be advertising’. Perception, Understanding and Handling of Online Advertising by Children Claudia Lampert, Anne Schulze, and Stephan Dreyer	1
‘Alexa, Adv(ert)ise us!’. How Smart Speakers and Digital Assistants Challenge Advertising Literacy Amongst Young People Michael Haas and Anna Keller	19
The Visual Self. The Connection between Adolescents’ Self-Presentation on Instagram and Their Ability to Recognize and Evaluate Advertising Content Claudia Riesmeyer, Pauline Sawatzki, and Amelie Hagleitner	41
Brand Endorsers with Role Model Function. Social Media Influencers’ Self-Perception and Advertising Literacy Jessica Kühn and Claudia Riesmeyer	67
A Path Toward a More Understandable Advertising Disclosure for Children. Conceptualizing Determining Factors for Disclosure Effectiveness and Opportunities for Future Research Ines Spielvogel	97