merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Julia Sponer, Christoph Klimmt: Markenwelten, Spiele, Advertainment

Beitrag aus Heft »2013/02: Frühe Medienerziehung digital«

Die technische Weiterentwicklung und zunehmende Nutzung des Internets durch Kinder erfordert auch eine Fortführung des medienpädagogischen Diskurses mit Blick auf die Werbekompetenz. Der Beitrag beschäftigt sich daher mit dem Aufkommen neuartiger Werbeformen im Online-Bereich. Eine Auswahl dieser Werbeformen, die sich dezidiert an junge Zielpublika richten, wird exemplarisch dargestellt und hinsichtlich der Implikationen für den (wünschenswerten) kompetenten Umgang diskutiert.

Literatur:

Baacke, Dieter/Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf/Kommer, Sven (1999). Zielgruppe Kind: kindliche Lebenswelt und Werbeinszenierungen. Opladen: Leske + Budrich.

Decker, Reiner/Feil, Christine/Gieger, Christoph (2004). Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern. Wiesbaden: VS Verlag.

Schneider, Silke/Warth, Stefan (2010). Kinder und Jugendliche im Internet. Emotionaler und pragmatischer Nutzen der Websites stehen im Vordergrund. Media Perspektiven 10, S. 471-482.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de