

1. Record Nr.	UNINA9911026047703321
Titolo	Measuring Media Use and Exposure : Recent Developments and Challenges / Christina Peter, Teresa K. Naab, Rinaldo Kühne
Pubbl/distr/stampa	Köln, : Herbert von Halem Verlag, 2019
ISBN	9783869622880 3869622881 9783869624563 3869624566
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (362 pages)
Collana	Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft ; 14
Disciplina	302.231
Soggetti	App Kommunikationstechnologie Mediengenre Mediennutzung Tablet Mediengattung Medienangebot Medieninhalte Smartphone
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	[1. Auflage]
Sommario/riassunto	The precise measurement of media use and exposure to media content posits currently one of the main methodological challenges in communication research. Against this background, new communication technologies have been gaining particular importance because they change existing patterns of media use and create new types of media use. At the same time, these technologies do not only present a challenge for communication research, but they also provide new opportunities for the assessment of media use. The volume regards current developments and trends in the measurement of media use and exposure from various perspectives. Contributions deal with the

refinement and advancement of classical approaches, and new methods and measures of assessing media use are introduced and evaluated. They also discuss the advantages and challenges of using online behavioral data as indicators for media exposure. Contributions tackle questions how different methods of measuring media use and exposure can be combined to gain a more accurate picture and what pitfalls can occur. Die präzise Erfassung der Mediennutzung bzw. genutzter Medieninhalte stellt eine der zentralen methodischen Herausforderungen für die Kommunikationswissenschaft dar. Vor diesem Hintergrund kommt neuen Kommunikationstechnologien eine besondere Bedeutung zu, da sie bestehende Nutzungsweisen verändern und zur Etablierung neuer Nutzungsweisen beitragen. Neue Kommunikationstechnologien stellen allerdings nicht nur eine Herausforderung dar, sondern sie eröffnen auch neue Möglichkeiten für die Messung von Mediennutzung. Der vorliegende Band widmet sich deshalb aktuellen Entwicklungen und Trends bei der Erfassung von Mediennutzung und rezipierten Inhalten. Die Beiträge beschäftigen sich neben der Weiterentwicklung klassischer Erhebungsmethoden vor allem mit neuen Ansätzen zur Erfassung von Nutzungsverhalten, zum Beispiel (Online-)Beobachtungsdaten als Indikatoren für die Zuwendung zu Medieninhalten. Darüber hinaus finden sich Beiträge, die die Kombination unterschiedlicher Zugänge sowohl aus theoretischer als auch aus empirischer Sicht beleuchten. Insgesamt setzt sich der Band kritisch mit dem Status Quo der methodischen Erfassung von Mediennutzung auseinander und zeigt Perspektiven auf, wie die Messung dieses Konstrukts in Zukunft präziser und valider erfolgen kann.
