

Commercial Communication in the Digital Age

Information or Disinformation?

In today's digital age, online and mobile advertising are of growing importance, with advertising no longer bound to the traditional media industry. Although the advertising industry still has broader access to the different measures and channels, users and consumers today have more possibilities to publish, get informed or communicate – to “co-create” –, and to reach a bigger audience. There is a good chance thus that users and consumers are better informed about the objectives and persuasive tricks of the advertising industry than ever before. At the same time, advertisers can inform about products and services without the limitations of time and place faced by traditional mass media. But will there really be a time when advertisers and consumers have equal power, or does tracking users online and offline lead to a situation where advertisers have more information about the consumers than ever before? The volume discusses these questions and related issues.

Die verbreiteten Begriffe ‚Informationsgesellschaft‘ und ‚Age of Access‘ suggerieren die problemlose allseitige Zugänglichkeit von Information. Doch Information ist in der Realität in vielerlei Hinsicht unzugänglich - physisch, wirtschaftlich, intellektuell, sprachlich, politisch, technisch. Zudem entstehen täglich neue Techniken und Praktiken der Zugänglichmachung. Schließlich zeigen sich in verschiedenen Bereichen die Grenzen der Forderung nach Zugänglichkeit. Diese neue Buchreihe bringt Wissenschaftler und Praktiker verschiedenster Prägung zusammen, um die verschiedenen Dimensionen der Unzugänglichkeit von Information auszuloten sowie Prinzipien und Techniken ihrer praktischen und gesellschaftlichen Überwindung aufzuzeigen, aber auch notwendige Grenzen der Zugänglichkeit deutlich zu machen. Herausgegeben von André Schüller-Zwierlein, Universitätsbibliothek Regensburg. Editorial Board: - Prof. Dr. Herbert Burkert (Informationsrecht, Universität St. Gallen) - Dr. Klaus Ceynowa (Stv. Generaldirektor der Bayerischen Staatsbibliothek) - Prof. Dr. Heinrich Hußmann (Angewandte Informatik und Medieninformatik, Ludwig-Maximilians-Universität München) - Prof. Dr. Michael Jäckel (Soziologie, Universität Trier) - Prof. Dr. Rainer Kuhlen (Informationswissenschaft, Universität Konstanz) - Prof. Dr. Frank Marcinkowski (Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster) - Prof. Dr. Rudi Schmiede (Soziologie, Technische Universität Darmstadt) - Prof. Dr. Richard Stang (Bibliotheks- und Informationsmanagement, Hochschule der Medien, Stuttgart)

Cover



129,95 €

121,45 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783110416503

Medium: Buch

ISBN: 978-3-11-041650-3

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 10.04.2017

Sprache(n): Englisch

Auflage: 1. Auflage 2017

Serie: Age of Access? Grundfragen der Informationsgesellschaft

Produktform: Gebunden

Gewicht: 573 g

Seiten: 270

Format (B x H): 160 x 236 mm

