

Inhalt

Christa-Maria Ridder/Bernhard Engel
Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich
 Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung
 MP 9/2005, S. 422-448

Bernhard Engel/Thomas Windgasse
Mediennutzung und Lebenswelten 2005
 Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“
 MP 9/2005, S. 449-464

Birgit van Eimeren/Christa-Maria Ridder
Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005
 Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation
 MP 10/2005, S. 490-504

Maria Gerhards/Walter Klingler
Mediennutzung in der Zukunft
 Traditionelle Nutzungsmuster und innovative Zielgruppen
 MP 2/2006, S. 75-90

Irina Fritz/Walter Klingler
Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten
 Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2005
 MP 4/2006, S. 222-234

Birgit van Eimeren/Beate Frees
Zukünftige Medien: Praxistauglich für den Konsumenten?
 Eine Analyse auf Basis der Daten der ARD/ZDF-Online-Studie und der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation
 MP 11/2006, S. 563-571

Stefanie Best/Bernhard Engel
Qualitäten der Mediennutzung
 Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation
 MP 1/2007, S. 20-36

Zu diesem Band

Die Zeitschrift *Media Perspektiven* informiert nicht nur kontinuierlich über Medienmärkte, Medienpolitik, Medienforschung und die Massenmedien als Werbeträger, die Redaktion betreut darüber hinaus auch Forschungsprojekte der ARD/ZDF-Medienkommission und publiziert deren Ergebnisse. Hierzu zählt die Langzeitstudie Massenkommunikation, die seit 1964 die Nutzung und Bewertung der klassischen Medien Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitung und seit 2000 auch des Internets erhebt und vergleichend analysiert.

In diesem vierten Sammelband sind Beiträge zu den Ergebnissen der jüngsten, 9. Welle der Studie zusammengefasst. Die sieben Berichte zur „Massenkommunikation 2005“ sind in den Jahren 2005 bis 2007 in *Media Perspektiven* erschienen. Sie fassen die Befunde unter verschiedenen thematischen Blickwinkeln zusammen: „Images und Funktionen der Massenmedien“, „Mediennutzung und Lebenswelten“, „Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien“, „Mediennutzung und Tagesablaufverhalten“ beispielsweise. Weitere Beiträge leiten anhand der Langzeitdaten Tendenzen für zukünftige Entwicklungen ab oder fragen nach veränderten Qualitäten der Mediennutzung.

In der Kommunikationsforschung ist die ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation weltweit die am längsten laufende Repräsentativstudie zum Umgang der Menschen mit den Medien im Intermedia-Vergleich, und sie bildet zugleich auch die Auswirkungen technologischer Entwicklungen auf die Mediennutzung ab. Interessierte Leser finden die ausführliche Dokumentation aller Ergebnisse in Band 19 der Schriftenreihe *Media Perspektiven* mit dem Titel: „Massenkommunikation VII – Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005.“

Die Artikel sind chronologisch geordnet, beginnend mit den ersten Auswertungen des umfangreichen Datenmaterials im Jahr 2005. Aus technischen Gründen wurden die Seitenzahlen der Originalpaginierung beibehalten und nicht neu nummeriert. Anhand der Kolumnentitel und Heftnummern in der Kopfzeile der Seiten sollte dennoch eine schnelle Orientierung möglich sein. Wir hoffen, dass die ausgewählten Artikel eine nützliche Ergänzung für Ihre Arbeit darstellen und wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Frankfurt am Main, April 2007

Dr. Christa-Maria Ridder	Dieter K. Müller
Redaktionsleiterin	Direktor Forschung
Media Perspektiven	ARD-Werbung
	SALES & SERVICES