

Inhaltsverzeichnis

Jörg Hagenah & Heiner Meulemann

Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik
Deutschland: Nutzung der Daten der Media-Analyse für
Sekundäranalysen.....7

Teil 1: Media-Analyse-Erhebungsmodell: Kontinuität und Wechsel

Dieter K. Müller & Lothar Mai

Das Erhebungsmodell der Media-Analyse Radio.....18

Henning Best & Jörg Hagenah

Vom persönlichen zum telefonischen Interview: Probleme der
Stichproben-Zusammensetzung und des Antwortverhaltens.....35

Edmund Lauf

Tageszeitungsnutzung in der Media-Analyse, der Allensbacher
Werbeträgeranalyse und in der Langzeitstudie
Massenkommunikation.....57

Teil 2: Bedingungen und Wirkungen der Mediennutzung

Wolfgang Seufert & Monika Suckfüll

Zeitverfügbarkeit und Zeitbewertung als Erklärungsfaktoren
der individuellen Mediennutzung.....72

Jörg Hagenah & Rainer Schliermann

Fußball für Alle: Binden Welt- und Europameisterschaften
ein größeres Publikum an die Bundesliga?.....93

Teil 3: Mediennutzung und Ausgabeverhalten älterer Menschen

Nicole Gonser & Helmut Scherer

Die vielfältige Mediennutzung älterer Menschen: Eine Auswertung der Media-Analysen im Hinblick auf Menschen ab 50 Jahren.....	122
---	-----

Michael Doh & Roman Kaspar

Entwicklung und Determinanten der Internetdiffusion bei älteren Menschen.....	139
---	-----

Uwe Fachinger

Nutzung der Daten der Media-Analyse zur Identifizierung von altersspezifischem Ausgabeverhalten.....	157
--	-----

Teil 4: Sozialer Wandel, Mediennutzung und Lebensstile

Anke Wahl

Lebensstile im Kontext von Generationen- und Lebenszykluseinflüssen.....	175
--	-----

Maren Risel

Westdeutsche Lebensstile Ende des 20. Jahrhunderts. Eine empirische Untersuchung zum Zusammenhang von Sozialstruktur und Lebensstil.....	205
--	-----

Haluk Akinci

Lebensstile, Sozialstatus und Mediennutzung.....	230
--	-----