
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1 Das Leitmedium TV	9
2 Eine kurze Geschichte des Fernsehens	11
3 Das neue Fernsehen: Technologie	17
4 Das neue Fernsehen: Formate	51
5 Das neue Fernsehen: Strukturen	57
6 Das neue Fernsehen: Verhalten	63
7 Die empirische Studie: Methode	73
8 Die empirische Studie: Ergebnisse	79
8.1 Nutzungs- und Motivmuster	79
8.2 Die neuen TV-Typen	109
8.3 Detailanalyse der Einzeltypen	162
9 Der „Rocking Recipient“. Eine Einordnung	183
10 Zehn Perspektiven für das neue Fernsehen	185
11 Zusammenfassung	187

12 Literatur	191
Über den Autor	195



<http://www.springer.com/978-3-531-19585-8>

Das neue Fernsehen

Mediennutzung - Typologie - Verhalten

Groebel, J.

2014, VIII, 188 S. 93 Abb., 92 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-531-19585-8