
Inhaltsverzeichnis

1	Kult(ur)serien: Produktion, Inhalt und Publikum im <i>looking-glass television</i>	1
2	Interpretative Fernseh- und Serienforschung	9
2.1	Die Multidisziplinarität der <i>Television Studies</i>	10
2.2	Looking-glass television	20
3	Der Fernsehmarkt als soziales Netz	39
3.1	Organisation des US-Fernsehmarkts	42
3.2	Fernsehmodelle: Werbung und Transaktion.....	55
4	Die Serie im Werbemodell: Serientrichter und Massenproduktion	83
4.1	Werbung und Quote	83
4.2	Fernsehjahreszeiten	95
4.3	Kontrollierte Überproduktion.....	108
4.4	Produktionsstruktur	119
4.5	Inhaltskontrolle: Zwischen FCC und Werbepartnern.....	145
5	Die Kult(ur)serie im Distinktionsprozess	185
5.1	„Quality TV“ als Nischenfernsehen.....	187
5.2	Die Rekonstruktion des Publikums	189
5.3	Kult(ur)serien: Die Konstruktion von Qualität.....	207
5.4	Aufmerksamkeitsökonomie	293
6	Serien im Moment der Störung	327
6.1	Legacy	328
6.2	Multidistinktionsfernsehen.....	332

6.3	Überleben des Fernsehens	333
6.4	Fernsehsoziologie im Moment der Störung	335
Literatur.		337

Kult(ur)serien: Produktion, Inhalt und Publikum im
looking-glass television

Dellwing, M.

2017, VI, 366 S. 9 Abb., 3 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-13184-5