

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-Fernsehmärkts	42
3.2 Fernsehmodelle: Werbung und Transaktion.	55
4 Die Serie im Werbemodell: Serienträger 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