

## Del 1. På sporet af det nye

## Det er da tv? – Den amerikanske tv-series udvikling fra antologi-tv til ikke-tv

Af HENRIK HØJER

The series is, indeed, broadcasting's unique aesthetic contribution to Western art.  
- Robert J. Thompson (1996: 32)

Da jeg var barn i slutningen af 1970'erne, var ugens tv-højdepunkt, ud over *Næste uges tv* og *Sportslørdag*, helt indiskutabelt muligheden for i weekenden at se amerikanske tv-serier som *McCloud* (NBC, 1970-1977), *Quincy M.E.* (NBC, 1976-1983), *Kojak* (CBS, 1973-1978) og ikke mindst *Columbo* (NBC, 1971-2003) med Peter Falk i hovedrollen. Vi nød hvert eneste sekund, ikke mindst fordi vi var i sikre hænder; på trods af mord og brand endte det altid med, at en vis orden genindfandt sig, og således beroligede kunne vi gå i seng. Men i starten af 1980'erne skete der noget. DR begyndte at sende tv-serien *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987), og selv en 13-årig dreng med hang til James Bond og Trinitybrødrene anede, at her var noget nyt på færde (fig. 1).



Fig. 1. Da Michael Kozol og Steven Bochco i 1981 introducerede de rå, fejlbarlige, men dog charmerende politibetjente fra *Hill Street*, indledte han samtidig det, Robert J. Thompson har kaldt tv's anden guldalder. Foto: 20th Century Fox.

Tonen var melankolsk men dog fandenivoldsk, realistisk men også manieret, alvorlig men ligeledes morsom. Og så var den forvirrende, ikke mindst æstetisk, men det håndholdte og yderst mobile kameras evige søgen efter aktivitet og drama fremstod nu alligevel som et forfriskende nybrud. Antallet af hovedroller og bipersoner var desuden enormt, og de enkelte sager strakte sig ofte over halve sæsoner, ligesom politifolkenes privatliv ikke sjældent overskyggede bekæmpelsen af kriminalitet i den unavngivne stor-

by, hvor seriens handling udspillede sig. Med *Hill Street Blues* var det tilsyneladende lykkedes at overskride det grundvilkår, som Peter Schepelern ti år senere, i 1990, beskrev som uomgængeligt, nemlig at tv's "produktionsorganisatoriske standardisering" (Schepelern 1990: 10) nødvendigvis medfører en æstetisk standardisering. Peter Schepelern havde i det hele taget ikke meget tilovers for tv-seriens potentiale som andet og mere end bedøvende underholdning (a la *McCloud* m.fl.), mens andre var mere optimistiske, og i årene efter kom David Biancullis *Teletiteracy: Taking Television Seriously* (1992), John Thornton Caldwell's *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television* (1995), og i 1996 Robert J. Thompsons *Television's Second Golden Age*, der pegede på, at bl.a. *Hill Street Blues* indledte et nybrud i amerikansk tv-fiktion, en ny bølge af såkaldt *kvalitets-tv*. Når Thompson omtaler 1980'erne som den *anden* guldalder, hænger det sammen med, at han helt i tråd med en række andre tv-historikere definerer de såkaldte antologidramaer, der hovedsagelig blev produceret i 1950'erne, som værende hjørnестenen i amerikansk tv's første guldalder. Fælles for de to første guldaldre er viljen til at udforske tv-formatet og de begrænsninger, det traditionelt indebærer at skulle favne en hel nation. Båndene var uden tvivl knapt så snærende i 1950'erne, hvor skabelonen først var ved at etablere sig, og tv-branchen helt overordnet var kendetegnet ved såvel usikkerhed som eventyrlyst. I anledning af *Criteria's* udgivelse i 2009 af en række af tv-spillene fra 1950'erne på dvd skrev Ron Simon på selskabets hjemmeside:

The golden age of television was a synthesis of a hungry young generation with something to say and a new technology to express their ideas [...] The era of live television would be replaced by the domination of continuing series produced on film, which allowed for syndication and great profit. Television became a ritual and not an event, with audiences gravitating toward the formulaic pleasures of the western and the situation comedy. (Simon 2009)

I citatet beskriver Ron Simon tv som et medie, der ret hurtigt bevægede sig mod en ensidig dyrkelse af ritualet, af et uforpligtende *flow*,<sup>1</sup> og det var denne tv-virkelighed, NBC stod midt i, da de i starten af 1980'erne indgik en aftale med Mary Tyler Moores produktionsselskab MTM om at producere kvalitets-tv. NBC var på dette tidspunkt seermæssigt det mindste af de tre store netværk, og noget måtte ske. Man vurderede, at kvalitet, det alternative og enestående kunne være en vej ud af sumpen, og Steven Bochcos *Hill Street Blues* var tiltænkt rollen som bannerfører, da den dukkede op i 1981

i en tv-virkelighed, hvor genrerne var fasttømrede, og hvor den faste skabelon, ifølge Ron Simon og mange andre med ham, fejrede store triumfer. Idealet havde hidtil været, at vi skulle kunne træde ind og ud af tv-apparatets stadige strøm af billeder efter forgodtbefindende. I forlængelse heraf var tv-serien kendetegnet ved "den ritualiserede gentagelses serielle touch," som Schepelern formulerer det (Schepelern 1990: 15), fordi den troløse seer skulle kunne springe afsnit over og alligevel føle sig velkommen, når han eller hun besluttede sig for igen at sætte sig foran apparatet for at lade sig underholde på den uforpligtende facon.

I sin bog om tv-seriens anden guldalder peger Thompson på 12 karakteristika, der kendetegner tv-serierne fra den omtalte anden guldalder. En del af disse står ikke overraskende i direkte opposition til ambitionen om flow. Thompson fremhæver bl.a. det store ensemble, der ofte udgør seriernes persongalleri, og med dem et væld af handlingstråde, der sætter den uopmærksomme seer skakmat. I forlængelse heraf peger Thompson på, hvordan en serie som *Hill Street Blues* udgør en genrehybrid, der kombinerer soap/føljetonserien med mere episodiske plotbuer, som vi kender det fra den traditionelle tv-serie.

Der var noget nyt på færde på tv-seriefronten i 1980'erne, og efter *Hill Street Blues*, der efter en svær start viste, at kvalitet kunne betale sig, kom de gode serier som perler på en snor. Akkurat som i 1950'erne var kvalitetsserierne garneret med masser af metervare, men serier som *Hill Street Blues*, *Moonlighting* (ABC, 1985-1989) og *Thirtysomething* (ABC, 1987-1991) satte ifølge Thompson en helt ny standard.

## Filmisk tv

Før vi vender os mod tv-serien her og nu, skal to andre tv-serier fra perioden kort omtales: Serien *Miami Vice* (NBC, 1984-1990) og *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991) dannede nemlig på hver sin måde skole.

*Miami Vice*, der ofte tilskrives Michael Mann, men som retteligen har Anthony Yerkovich som ophavsmand, blev lanceret som *MTV-cops*, fordi man helt bevidst forsøgte at inkorporere musikvideoens æstetik i det audiovisuelle udtryk. I det arbejde var Michael Manns indsats som producer uvurderlig, og han var med til at gøre *Miami Vice* til et af de første eksempler på en tv-serie, der radikalt brød med det, John T. Caldwell i *Televisuality* kalder tv's *zero-degree style*: en neutral stil, hvor den sceniske præsentation er i centrum (som i den klassiske sitcom: *The Cosby Show*, *Cheers*, *Friends*). I

*Miami Vice* udfordrede man helt bevidst den æstetiske puritanisme og viste, at man også på tv med fordel kunne udnytte de levende billeders ekspresive potentiale, som det blev gjort i spillefilm, i reklamer og på MTV. En af de mest ikoniske *Miami Vice*-sekvenser er således en scene i pilotafsnittet "Brother's Keeper", hvor undercoverpolitifolkene Crockett og Tubbs kører gennem natten, mens Phil Collins' "In the Air Tonight" høres i sin helhed på lydsporet (sekvensen varer næsten fire minutter). Det er symptomatisk, at scenen med musikkens hjælp dyrker stemning over handling og plotafvikling, og Michael Mann har da også udtalt om serien, at man forsøgte at lave en spillefilm om ugen. Det er også bemærkelsesværdigt, hvordan serien i modsætning til datidens konkurrenter på de øvrige kanaler excellerer i virkemidler, der indtil da først og fremmest var forbeholdt biograffilmen: accentueringen af underlægningsmusikken som i eksemplet fra "Brother's Keeper", brugen af slowmotion, hurtig klipning, low-key lysætning osv., og seriens *costume designer* fortæller ligefrem på dvd-udgivelsens ekstramateriale, at hvert eneste afsnit har sit eget farvetema!

Hvor *Miami Vice* var inspireret af de stilfulde spændings- og actionfilm, var David Lynch snarere inspireret af filmverdenen uden for Hollywoods hovedstrøm, og han tilførte med sin tv-serie *Twin Peaks* amerikansk mainstream-tv en dosis *art-tv* à la englænderen Dennis Potter (*Pennies from Heaven* [1978], *The Singing Detective* [1986]) (jf. fig. 2).

I sin bog *Storytelling in Film and Television* (2003) peger Kristin Thompson på de konkrete æstetiske greb, Lynch overførte fra kunstfilmen. Ikke mindst betoningen af den psykologiske og anekdotiske realisme over det plotafviklende *drive*, men også accentueringen af en flertydighed, der el-

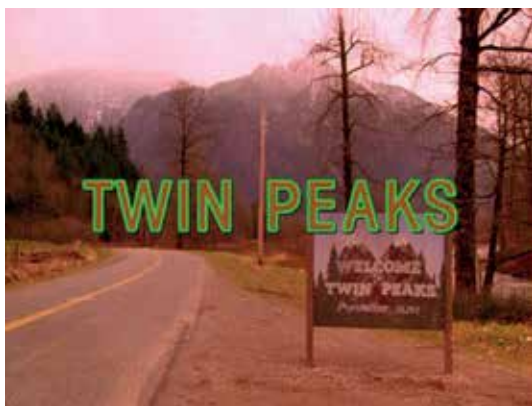


Fig. 2. Med *Twin Peaks* introducere David Lynch en ny kunstfilmmisk sensibilitet for de amerikanske tv-seere. Foto: Paramount.

lers havde haft trange kår i et medie, der indtil da havde hyldet den klare og utvetydige fremstilling. I *Twin Peaks* dyrkes den dunkle psykologi, den enigmatiske tale og tavsheden, og serien vrænger hermed helt bevidst af en tradition, der indtil da ifølge David Chase, manden bag *The Sopranos*, var "a prisoner of dialogue" (citeret i Biskind 2007).

For at kunne holde rede i de mange karakterer i *Hill Street Blues*, orientere sig i seriens håndholdte billedside og engagere sig i seriens kritiske samfundssyn måtte datidens tv-seer nødvendigvis forlade positionen som passiv modtager af uforpligtende underholdning. Det samme gjorde sig gældende, hvis man værdsatte *Miami Vices* dyrkelse af detaljen eller *Twin Peaks'* tve-tydige univers. I 1980'erne fødtes så at sige en ny, opmærksom tv-seer, og han/hun var interessant i mere end én forstand. For tv-stationerne og deres annoncører var de først og fremmest attråværdige, fordi de oftest var veluddannede, unge og velbeslåede. Hverken *Hill Street Blues* eller *Twin Peaks* var store seersucceser, men de seere, der kiggede med, var de helt rigtige.

## Historien om en succes

Kabelnetværket HBO er længe blevet betragtet som selve lokomotivet for tv-seriens aktuelle opblomstring og arvtager efter Bochco, Yerkovich og Lynch. Det lå dog ikke ligefrem i kortene ved undfangelsen i 1972, at HBO skulle blive kanalen, der 25 år senere blev affyringsrampe for tv-seriens tredje guldalder. Kanalens første udsendelse var spillefilmen *Sometimes a Great Notion* fra 1970 med Paul Newman og Henry Fonda i hovedrollerne, og i det første tiår var det først og fremmest i kraft af filmudbuddet og sine direkte sportstransmissioner, kanalen udmærkede sig. På den teknologiske front tilhørte kanalen dog avantgarden, og i 1975 var HBO den første til at levere et direkte satellitsignal til det amerikanske folk.

En kabel-tv-kanal som HBO er modsat de store netværk (NBC, CBS, ABC og Fox), der finansieres af reklamer, finansieret ved abonnemeter, og HBO er derfor fuldstændig afhængig af, at folk faktisk gider betale for at modtage kanalen. Når man, som det har været tilfældet i USA stort set siden tv's fødsel, får tilbudt store mængder gratis tv, skal der noget ekstraordinært til for at få folk til at betale for produktet, og netop i dette ekstraordinære element ligger hemmeligheden bag HBO's store succes (ca. en tredjedel af de amerikanske husstande abonnerer på HBO).

Det siger en del om tv-mediets udvikling, hvordan det "ekstraordinære" i den grad har ændret karakter over de seneste 15 år. Hvor det tidligere først

og fremmest var adgangen til sportstransmissioner og Hollywoodfilm i originaludgaver (det vil sige inklusive *tits, ass and guns*), der trak seere til, var der på HBO op gennem 1980'erne en gryende bevidsthed om, at egenproduceret fiktion måske kunne være vejen frem. I 1983 fik den første egenproducerede fiktionsfilm *The Terry Fox Story* således premiere til fremragende anmeldelser, priser og gode seertal, og op gennem 1980'erne forsøgte man sig med mere af samme slags. Et afgørende incitament til dette kurskifte væk fra transmissionen af Hollywoodfilm og over mod de økonomisk risikable egenproduktioner var uden tvivl, at videoafspilleren gjorde sit indtog. I slutningen af 1980'erne stod der videomaskiner i langt over halvdelen af alle amerikanske hjem, og det betød, at man ikke længere var henvist til betalingskanaler som HBO, hvis man ville se de nyeste film derhjemme. Antallet af konkurrerende kanaler steg ligeledes markant, og fjernbetjeningen gjorde det meget nemmere at skifte rundt mellem de mange nye tilbud. Konkurrencen om seerne skærpedes.

Da HBO var og er en betalingskanal – folk inviterer selv kanalen indenfor i stuen – er rammerne for, hvad man kan tillade sig at byde seeren, langt videre end på de landsdækkende netværk.<sup>2</sup> *Tits, ass and guns* er og var et velforsøgt våben i forsøget på at adskille sig fra mængden og bl.a. appellere til de mænd fra middelklassen, der godt kunne føle sig hjemløse i et tv-landskab, der dyrkede talkshows, sitcoms og soaps. HBO satte derfor en ære i at krænke princippet om, at det på tv handler om at fornærme færrest muligt (jf. netværk-stationernes princip om *least objectionable programming*, LOP, som Paul L. Klein fra NBC introducerede i slutningen af 1960'erne). Meget sigende for denne strategi transmitterede HBO i 1977 et nu skelsættende comedyshow med satirikeren George Carlin, der bl.a. fremførte sin sketch "Seven Words You Can Never Say on Television" (oprindeligt fra 1973-albummet *Class Clown*). Pointen i Carlins sketch var et opgør med den amerikanske puritanisme, navnlig på tv-sendefloden, og herunder et politisk opgør med den amerikanske følsomhed og manglende konsekvens i forhold til forfatningens *first amendment* (der indeholder følgende rettigheder: ytringsfrihed, pressefrihed, religionsfrihed og forsamlingsfrihed). De latrinære og samkvemsrelaterede ord hos Carlin var altså ikke blot grænseoverskridende, men også ideologikritiske og pegede frem mod en ny tendens i amerikansk tv.

I kraft af kanalens egen moderate succes med Robert Altman's tv-film *Tanner '88* – men ikke mindst fordi man også på HBO var opmærksom på

den udvikling, Robert J. Thompson beskrev i sin bog, fik man for alvor øje for det publikumssegment, den "nye" tv-serie henvendte sig til. Enkelte havde godt nok erklæret tv-seriens anden guldalder for overstået i starten af 1990'erne, men serier som *Homicide: Life on the Streets* (NBC, 1993-1999), *The X-Files* (Fox, 1993-2002) og *NYPD Blue* (ABC, 1993-2005) viste, at viljen til at satse var intakt. Førnævnte fokus på målgrupper var i forlængelse heraf essentiel for de reklamefinansierede netværk, men ikke mindre afgørende for en betalingskanal som HBO, der nok gør en dyd ud af at betone, at de ikke interesserer sig for ratings, men som ikke desto mindre skal levere kontante overskud til ejeren Time Warner.

I 1996 introducerede HBO sit nye slogan "*It's not TV. It's HBO*" (fig. 3). Det var nemlig ikke nok for HBO at blive anerkendt som sidste nye skud på stammen af thompsonske kvalitets-tv. Stationen måtte tværtimod, for at understrege sin position som alternativ til det klassiske tv-flow, positionere sig som decideret guerilla-tv – som dem, der sejlede mod strømmen og gav seeren adgang til alt det, tv-mediet ellers skyr. Hvad det helt konkret indebar, blev konkretiseret med lanceringen af kabel-tv-stationens første dramaserie, fængselsserien *Oz* (1997-2003) (fig. 4).



Fig. 3. HBO præsenterede sit "not TV"-logo i 1996 og forsøgte dermed at lægge afstand til de reklamefinansierede konkurrenter. Foto: HBO.

De første afsnit af *Oz* gik i luften i sommeren 1997, og kanalen tog springet ud på det dybe vand én gang for alle. Tom Fontanas serie foregår næsten udelukkende i et fængsel, nærmere bestemt *Oswald State Correctional Facility*, hvor man følger livet blandt indsatte og ansatte. Serien var utroligt ambitiøs ikke bare i sit valg af miljø og deraf følgende temaer (straf, korrupsion, tro, racisme, vold og homoseksualitet mv.), men også i sin plotstruktur (serien har i omegnen af 15 faste karakterer) og i sin fortællestil. Alle afsnit indledes og afsluttes således af den tidligere narkotikaforhandler Augustus Hill, der, placeret i sin rullestol og med front mod seeren, sætter scenen og





Fig. 4. Under lanceringen af Tom Fontanas *Oz* spillede man helt vidst på allusionen til L. Frank Baums *The Wizard of Oz* og filmen af samme navn. Foto: HBO.

causerer over de enkelte afsnits hændelser. Seriens skaber Tom Fontana (en af mændene bag *Homicide: Life on the Street*) fik meget frie hænder under udarbejdelsen af seriens 56 afsnit. Netop respekten for den personlige vision var i centrum på HBO, når det gjaldt *comedy* og dokumentarfilm, og princippet overførtes nu til den timelange dramaserie. Gjorde det så *Oz* til "ikke-tv"? I hvert fald ifølge HBO selv, der med serien forsøgte at bryde med fortidens skrevne og uskrevne regler for god tv-skik. At der ikke var tale om nogen langsigtet strategisk tænkning, men tværtimod om en form for pragmatisk opportunistisk fra folkene på HBO, vidner Colin Callenders udtalelser til producenten af *Tanner '88*, Jack Lechner, dog om:

Early in my relationship with my then-boss Colin Callender (who is now president of HBO Films), I asked whether there was any sort of master plan for the future of HBO. 'Actually,' he told me, 'we're just making it up as we go along.' I thought he was being modest, but once I was working there, I realized he was right. HBO's executives could take real risks in programming, because the network's financial success was predicated on its overall attractiveness to viewers rather than the ratings of any single show. Only HBO could get away with the gnomish cult comedy series *Mr. Show*, or the longer-running Russell Simmons Presents *Def Poetry*. What kept the results from feeling slapdash was the rigorous application of the old Bridget Potter metric: Is it new and different enough? (Lechner 2007)

Måske var *Oz* alligevel ikke anderledes nok, i hvert fald var seertallene ikke overvældende, men herefter fulgte succeser som *The Sopranos*, *Sex and the City* og *Six Feet Under*, og imens kiggede de konkurrerende netværk nysgerrigt på.

## Ringede i vandet

Og de nøjedes ikke med at kigge. For selvom HBO investerede store beløb i sine serier, ca. to millioner dollars per afsnit i den første *The Sopranos*-sæson, så var afkastet tilsvarende imponerende. *The Sopranos* slog alle seerrekorder for *premium cable*, og på trods af seriens kontroversielle indhold kunne man i 2005 i bl.a. *Entertainment Weekly* læse, at *basic cable*-stationen (finansieret af abonnement og reklamer) A&E havde betalt en rekordsum (2,5 millioner dollars per afsnit) for rettighederne til at genudsende en *renset* udgave af serien (mindre *tits, ass and guns*) (Susman 2005).

Serien fejrede desuden store triumfer på det bugnende dvd-marked, og netop den eksplosive vækst i dvd-salget var og er stadig en ikke uvæsentlig årsag til de nye seriers økonomiske rentabilitet. På mange måder passer tv-serier som *The Sopranos* bedre til dvd-formatet end til traditionel tv-seening (se f.eks. Hills 2007, Gjelsvik 2010), ligesom dvd-mediet naturligvis har befordret den næranalytiske praksis, som flere af denne bogs forfattere bedriver (se Walters 2008). De øvrige massive teknologiske forandringer, tv-mediet har været udsat for gennem de sidste 20 år, har uden tvivl også spillet en afgørende rolle for den revitaliserede tv-serie og *The Sopranos'* enorme succes.<sup>3</sup> I sin bog *The Television Will Be Revolutionized* fastslår Amanda D. Lotz, at tv-mediet siden midten af 1980'erne har befundet sig i en tilstand af konstant forandring med essentielle konsekvenser til følge: "this period of great instability [...] initiated uncommon opportunities to deviate from the 'conventional wisdom' or industry lore that ruled television operations" (Lotz 2007: 4). Hun citerer desuden branchefolk for, i forlængelse af de mange teknologiske landvindinger, at forfølge et mantra om altgennemtrængende tilgængelighed: "whatever show you want, whenever you want, on whatever screen you want" (ibid.: 1). De nye muligheder for opdyrkning af specialiserede nichemarkeder ville ingen ende tage, og *The Sopranos* viste vejen og fastslog med al ønskelig tydelighed, at den øgede opmærksomhed på nichepublikummet, der indledtes med bl.a. introduktionen af kabel-tv og med den anden tv-guldalders fokus på mindre, men mere veldefinerede og eftertragtede målgrupper, gav pote.<sup>4</sup>

Det lå derfor også i kortene, at HBO ikke bare ville få konkurrence fra *premium cable*-konkurrenten Showtime, men desuden fra en lang række andre spillere på markedet, og *basic cable*-netværk som FX og AMC har da også siden markeret sig med serier som *The Shield* (FX, 2002-2008), *Nip/Tuck* (FX, 2003-2010), *Damages* (FX, 2007-), *Justified* (FX, 2010-), *Mad Men*



Fig. 5. *The Shield* med Michael Chiklis i hovedrollen blev aldrig et fænomen, som *Mad Men* er blevet det for AMC, men anmelderne elskede den, og serien var med til at placere FX i den amerikanske tv-seers bevidsthed. Foto: FX.

(AMC, 2007-) og *Breaking Bad* (AMC, 2008-) (fig. 5).

At de alle er inspireret af HBO er ingen hemmelighed, og i 2004 beskrev *New York Times* HBO som *The Tough Act TV Tries to Follow*. I et interview i avisen anerkender bl.a. Doug Herzog, dengang chef for Comedy Central, kanalens betydning:<sup>5</sup>

As a result of HBO, television's creative landscape has changed, especially in the cable arena, but also in the networks. 'One could make the claim that "Arrested Development" is more of an HBO show than a network show,' Mr. Herzog said, referring to the Fox comedy about a bizarre family, which won this year's Emmy for outstanding comedy series. 'On our show "The Daily Show," HBO helped kick the door down on that one for us. And F/X shows like "Nip/Tuck" and "The Shield" and "Rescue Me," they kind of stole the HBO playbook a little bit, too.' (Weinraub 2004)

Herzog anerkender altså, at "The HBO playbook" har spredt sig som ringe i vandet fra *premium cable* over *basic cable* til de landsdækkende netværk, her eksemplificeret ved Fox, og spørgsmålet er nu, om HBO har sejret ad helvede til? I hvert fald kunne man i efteråret 2010 i amerikanske aviser og brancheblade læse om et fald i antallet af HBO-abonnenter, ligesom en serie som Martin Scorseses *Boardwalk Empire* trods et budget på 18 millioner dollars alene for pilotafsnittet kun kan drømme om at komme i nærheden af *The Sopranos'* seertal (Littleton 2007). Det sidste afsnit af *The Sopranos* blev set af næsten 12 millioner seere, et helt uhørt tal for kabel-tv, mens *Boardwalk Empires* første afsnit blev set af lidt over syv millioner. Et ganske flot tal, men konkurrencen om de eventyrlystne seere er blevet skærpet og bliver det uden tvivl yderligere, nu hvor også *on demand*-streamingtjenesten Netflix har meldt sig på banen og vil producere egne serier (Fritz 2011).

## *The HBO playbook*

Når Doug Herzog i citatet herover taler om "The HBO playbook", hvad betyder han så til? Hvad er det for ingredienser, der indgår i den formular, der har resulteret i HBO's mange kvalitetsserier fra *Oz* i 1997 til *Game of Thrones* fra 2011? En række elementer går igen.

### 1. Tv-auteuren

Jeg har allerede i forbindelse med omtalen af *Oz* været inde på serieskaberens betydning for den enkelte serie, og denne *creator* eller *showrunner*, som amerikanerne også ynder at kalde ham eller hende, er blevet tv-seriens svar på filmens auteur. Tendensen anedes tidligere i tv-seriens historie, og den styrkedes, da folk som Steven Bochco (*Hill Street Blues*, *L.A. Law* [1986-1994] og *NYPD Blue*) og Edward Zwick (*Thirtysomething*) entrede scenen i 1980'erne, og da det sidste afsnit af *Oz* gik over skærmen i 2003, havde navne som David Milch (*Deadwood*), David Chase (*The Sopranos*) og Alan Ball (*Six Feet Under*) cementeret serieskaberens position.

Denne tv-auteur er som afsender garant for det samlede værks kvalitet og integritet. Et nyere eksempel på denne tendens til at profilere serieskaberens er AMC's zombieserie *The Walking Dead* (2010-), der har Frank Darabont som bagmand. Mange seere har uden tvivl tidligere stiftet bekendtskab med Darabont gennem Stephen King-filmatiseringer som *The Shawshank Redemption* (1994) og *The Green Mile* fra 1999. Enkelte husker ham muligvis for endnu en King-filmatisering, den grumme *The Mist* fra 2007, der har en del træk tilfælles med *The Walking Dead*. Med *The Mist* og *The Walking Dead* vender Darabont tilbage til sit udgangspunkt. Darabont trådte nemlig sine barnesko i en horrorgenre, han altid har dyrket lidenskabeligt, og hans første filmkreditering er da også som produktionsassistent på filmen *Hell Night* (1983). Fortiden i horrorgenren er slet ikke uinteressant i lyset af den nye rolle, tv-auteuren har fået i markedsføringen af den moderne tv-serie. I sin artikel om tv-auteuren i *16:9's* temanummer om den nye amerikanske tv-serie fra februar 2011 beskriver Thomas Nørgaard, hvordan tv-auteuren er central i "positioneringen væk fra det populærkulturelle og hen imod en mere kunstnerisk opfattelse af serierne" (Nørgaard 2011). En positionering, der smitter af på såvel producenterne som på tv-serien i almindelighed.

Som ensom frontløber i slutningen af 1990'erne var HBO den første til at se, hvordan serieskaberens kunne mobiliseres som et aktiv i markedsføringen af den enkelte tv-serie. Med en visionær auteur ved roret lagde man

afstand til det traditionelle billede af tv-serier som samlebåndsproduktioner og accentuerede seriernes karakter af personlig vision og ukompromitteret kunst. Alene Frank Darabonts navn sikrer AMC, at publikum går til *The Walking Dead* med forventninger om en tv-serie, der er farvet af humanismen i en film som *The Shawshank Redemption*, men også af horrorinstruktøren bag den illusionsløse afslutning på *The Mist*.<sup>6</sup>

Frank Darabont er i øvrigt et eksempel på den emigration, der er fundet sted fra filmbranchen til tv-mediet. Tidligere blev tv-mediet betragtet som en art limbo, hvor afdankede filmfolk kunne vride de sidste dollars ud af en glørværdig fortid. I dag er situationen en helt anden, og en lang række filmskuespillere som Steve Buscemi, Kiefer Sutherland og Kathy Bates har taget turen fra filmstudiet til tosekassen, akkurat som det er tilfældet med højtprofilerede instruktører som Barry Sonnenfeld, Quentin Tarantino og Martin Scorsese. Omvendt er det ligeledes påfaldende, hvordan det er lykkedes instruktører at skabe sig et navn alene i kraft af deres deltagelse i en lang række af disse serier. Tim Van Patten har eksempelvis instrueret afsnit af bl.a. *Homicide: Life on the Street*, *The Sopranos*, *Deadwood*, *Boardwalk Empire* og *Game of Thrones*, og det kunne være interessant at betragte Van Patten i auteur-lys og undersøge, i hvilket omfang instruktøren kan sætte sig igennem i et medie, der i den grad er serieskaberens og producentens.

## 2. Det kontroversielle islæt

Som allerede beskrevet indledte HBO allerede i 1970'erne et opgør med ideen om *least objectionable programming* som vejen til tv-seernes hjerte, men det er langt fra kun verbalt, HBO har trådt nye stier og i forlængelse heraf trådt rigtig mange mennesker over tærerne. Serierne er også kontroversielle, fordi ekspliciteten rent visuelt, i forlængelse af credoet om *tits, ass and guns*, har fået et nøk eller to opad (*Tell Me You Love Me* satte helt nye standarder, selv for HBO, da den dukkede op i 2007). Man satte fra begyndelsen en ære i at vise hele paletten, også når serierne forsvandt ind på stripbarerne eller ned i rendestenen. Rent tematisk er der heller ingen tvivl om, at HBO indledte et felttog mod og en udfordring af klassiske amerikanske værdier med tretrinraketten *Oz*, *The Sopranos* og *Sex and the City*. Amerikanernes forhold til nationens stolte fortid, sex, vold, race og religion er til stadighed til diskussion i disse serier, der har antihelten som foretrukket protagonist. Som Anne Hammerich Graversen skriver om Tony Soprano i sit kapitel om *The Sopranos*: "Han er både den voldelige gangster og den

fallerede familiefar – et menneske som alle andre.” Kort sagt: den ordinære amerikanske mand i let forvrænget udgave. En underliggende ideologisk kritik ligger desuden som understrøm i serier som *The Sopranos*, *The Wire* og *Six Feet Under*, men også i eksempelvis FX's *The Shield* og AMC's *Mad Men* og *Breaking Bad*, og hermed markeres en mærkbar forskel fra den udglattende og konsensusprægede undertone, som har kendetegnet store dele af den amerikanske tv-tradition.

### 3. Selvrefleksivitet

Den moderne tv-dramatik, som den opleves i HBO's forskellige inkarnationer, kendetegnes desuden ved en høj grad af selvbevidsthed. Fra subtile referencer over direkte indklip og simulerede reklamepauser. Man kan pege på en nærmest parasitisk tendens i nyere kvalitets-tv, hvor man via reference til forskellige lødige film- og kunstprodukter overfører dele af disse produkters lødighed til sit eget produkt. Når der i *Six Feet Under*, som Andreas Halskov illustrerer i kapitlet om Alan Balls serie, refereres indgående til så forskellige værker som *Un chien andalou* (Buñuel/Dalí 1929, *Den andalusiske Hund*), *Yojimbo* (Kurosawa 1961) og *Wild at Heart* (Lynch 1991), låner serien kunstnerisk lødighed fra disse etablerede (og allerede anerkendte) værker. Det parasitiske værk kan, med andre ord, adoptere lødighed fra andre værker ved at stå på skuldrene af dem eller ved at gøre grin med og underkende underlødige værker, og det samtidig med at der indforstået appelleres til den kultiverede tv-seer.

### 4. Filmisk tv, 2.0

I et interview i *Vanity Fair* fra 2007 gentager David Chase (*The Sopranos*) næsten ordret Michael Manns ord om, at man, som det var tilfældet med *Miami Vice*, med *The Sopranos* ønskede at producere en lille spillefilm per uge (Biskind 2007). Også Chase ønskede en gang for alle at vinke farvel til tv-mediets forkærlighed for lavmælt registrering og søgte nu at omfavne det audiovisuelle medies fulde potentiale. Det markeredes meget håndfast i *The Sopranos* med valget af 16:9-formatet, længe før widescreen-tv'et for alvor var slået igennem, og denne vilje til at lade sig inspirere af filmens stilistiske vokabular er måske den mest åbenlyse arv, HBO har efterladt sig (inklusive en markant øget *production value*). I den forbindelse er det bemærkelsesværdigt, hvordan serier, der i øvrigt ikke har de store ambitioner om at udfordre status quo, omfavner denne nye ekspressivitet. Det gælder

ikke mindst serier på de landsdækkende netværk, der nok har modet til at mime udtrykket fra de store biograffilm, men som skal opnå helt andre seertal end kabel-tv-serierne og derfor dybest set stadig hylder credoet om at producere *least objectionable programming*. I deres videoessay *HBO's Cinematized Television* døber Erin Hill og Brian Hu fænomenet *blockbuster-tv* og citerer Anthony E. Zuiker for at omtale afsnittene i sin egen serie *CSI* (CBS, 2000-) som "mini Bruckheimer-films". Til denne domesticerede udgave af tv-serie-avantgarden hører, ifølge Hill og Hu, ud over *CSI* i alle dens afskygninger desuden serier som *Lost* (ABC, 2004-2010) og *Desperate Housewives* (ABC, 2004-), og man kunne tilføje den Ridley og Tony Scott-producerede *Numb3rs* (CBS, 2005-2010), *Hawaii Five-O* (CBS, 2010-) og en række andre actionspækkede serier.

Der er ingen tvivl om, at der i Hills og Hus beskrivelse ligger en slet skjult værdidom; "Blockbuster-serierne" låner ifølge Hill og Hu kvalitetsseriens hårdt tilkæmpede goodwill ved at ligne, men ikke i sin kerne *være*, kvalitets-tv. Ikke alle er dog lige kritiske over for den klassiske serieskabelon, og i artiklen "Towards a Poetics of Television" argumenterer Michael Z. Newman for, at der sagtens kan skabes godt tv inden for den ret rigide skabelon, som en serie som *CSI* opererer inden for. Newman hylder netop "the prime-time serial" for sin evne til at kombinere det kommercielle fokus med en mere kunstnerisk sensibilitet. En evne, der er forældet gennem årtier, og som muligvis inddækker inddækningen af eksempelvis reklamepauser i en plotafvikling, der tilgodeser såvel den opmærksomme som den uopmærksomme seer, det serielle såvel som det episodiske. Det skal indskydes, at allerede Robert J. Thompson pegede på, at begrebet "kvalitets-tv" mest af alt bør betragtes som en art genrebetegnelse og i mindre udstrækning har karakter af naturgivent adelsmærke. Serier, der indeholder alle de ovennævnte karakteristika, er ikke per automatik mesterværker, og selvom det ofte forsvinder i begejstringen over de aktuelle tendenser, så indeholder også en serie som *The Sopranos* mindre vellykkede afsnit, ligesom HBO har oplevet sin del af fejlslagne satsninger. Ingen elskede for alvor *Rome*, og en serie som *True Blood* kan med nogen ret beskyldes for at drive rovdrift på betalingskanalernes ret til at dyrke bare bryster og blod.<sup>7</sup>

## 5. Narrativ kompleksitet

Når Newman i sin artikel understreger relationen mellem såkaldte episodebuer (plot, der afsluttes inden for et enkelt afsnit) og føljeton-, sæson- og

seriebuer, er det, fordi denne skelnen konstituerer et afgørende element i beskrivelsen af tv-seriens dna, og fordi rigtig mange betragter det som evident, at kvalitetsserierne bl.a. adskiller sig fra mainstream-tv-drama og blockbuster-tv ved at flytte opmærksomheden fra det episodiske mod plot, der strækker sig over længere forløb. I kvalitetsserien anno 2011 stilles begæret efter "closure" ikke efter 40 minutters tour de force. Martha P. Nochimson skriver i en artikel om *The Sopranos* om "det udjævnede plot", og på Salon.com kunne man i artiklen "The Extraordinary Rise of AMC" læse, at AMC's slogan burde ændres fra "Story Matters Here" til "Short Attention Spans Not Welcome" (Zoller Seitz 2010). Jason Mittell har døbt fænomenet "narrativ kompleksitet" og skriver:

At its most basic level, narrative complexity is a redefinition of episodic forms under the influence of serial narration—not necessarily a complete merger of episodic and serial forms but a shifting balance. Rejecting the need for plot closure within every episode that typifies conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres. (Mittell 2006)

En række tv-serier dyrker altså som noget nyt sæbeoperaens serielle format, men omtales alligevel ikke med denne nedladende betegnelse, fordi de samtidig integrerer de karakteristika, der er beskrevet herover.

Kompleksiteten øges desuden af antallet af genkomne karakterer i serier som *The Wire*, *The Sopranos*, *Mad Men*, *Friday Night Lights* (NBC, 2006-2011) og *Battlestar Galactica* (Syfy, 2004-2009), og det vel at mærke karakterer, der ikke blot optræder som bifigurer i hovedpersonens fortælling (fig. 6).

Disse karakterer tildeles individuelle plotlinjer, der afvikles sporadisk, men parallelt og indvævet i seriens hovedplot (allerede i 1999 i sin artikel "Tv-serier i langt format" døbte Benedikte Hammershøj Nielsen denne hybrid "den karakterbaserede dramaserie"). Mittell påpeger desuden seriernes vilje til også på det narrative plan at omfavne strategier, der ellers hovedsagelig har været forbeholdt den mere eventyrlystne spillefilm og artfilmen; en yderst selvbevidst leg med fortællingens enkeltdele, og i enkelte serier, som eksempelvis *Damages* (FX, 2007-) og *24* (Fox, 2001-2010), ligefrem en dyrkelse af "The narrative spectacle", som kan oversættes til en art narrativ *special effect*, der uhyre bevidst leger med og betoner *måden*, der fortælles på.

Den narrative kompleksitet kombineret med det mere ekspressive ud-





Fig. 6. Antallet af karakterer i *The Walking Dead* når ikke *The Wire* eller *Mad Mens* niveau, men mod slutningen af første sæsons sjette afsnit er antallet af karakterer alligevel betragteligt, og serien er dermed endnu et eksempel på, hvordan den moderne tv-serie dyrker det, Jason Mittell har kaldt narrativ kompleksitet (2006). Foto: AMC.

tryk inviterer med Mittells ord til: "temporary disorientation and confusion, allowing viewers to build up their comprehension skills through long-term viewing and active engagement" (2006). Den nye amerikanske tv-serie henvender sig til den dedikerede seer, der ikke per definition betragter tv som underholdende baggrundsstøj, men som tværtimod er villig til at investere sin fulde opmærksomhed. En seer, der ikke forskrækket zapper videre, når kameraet pludselig træder i karakter som selvstændig bevidsthed eller frustreret slukker, når stilheden har fået lov til at runge for længe i et medie, der med David Chases ord alt for ofte er "a prisoner of words" (Biskind 2007).

### Det er da ikke tv, eller er det?

Kært barn har mange navne, og udviklingen på seriefronten er blevet betegnet som alt fra *post-tv* (McCabe & Akass) over *not-tv* (HBO) til *high end tv-drama* (Trisha Dunleavy) og *complex television* (Mittell). Fælles for mange af disse betegnelser er en grundantagelse om, at der i slutningen af 1990'erne med ikke mindst HBO's satsning skete et nybrud, en bevægelse mod noget,

som ikke længere kunne betragtes i en traditionel tv-optik. Denne brudretorik har bl.a. fået luft under vingerne, fordi prominente navne som David Chase (*The Sopranos*) og David Simon (*The Wire*, *Treme*) har gjort en dyd ud af at italesætte deres foragt for tv-dramaet i dets mere konforme inkarnationer. I en artikel i *16:9* påpeger nordmanden Audun Engelstad dog, at generationen af ikke-tv-serier indeholder en række karakteristika, der er yderst distinkte for tv-mediet, og fastslår derfor, at også HBO, i disse "post-tv"-tider, må anerkende arven fra fortiden og ikke mindst fra de 1980'ere, som Thompson hyldede i sin bog om den anden tv-guldalder.

Thompson's study reminds us that when the HBO television drama series claims to be 'not television', or at least 'as not seen on television before', it is part of a long-running trend dating back to *Hill Street Blues*. And it is worth repeating that *Hill Street Blues* carried – above all – traits that were distinctly related to television. (Engelstad 2011)

Dermed er vi tilbage ved de forandringer, der rystede min tv-virkelighed i starten af 1980'erne. *Hill Street Blues* satte dengang helt nye standarder for, hvad jeg som tv-seer kunne vente mig, når jeg forventningsfuld satte mig foran tv'et, og Bochcos serie var med til for alvor at etablere tv-serien som en platform for kunstnerisk eventyrlyst. Men *Hill Street Blues* kunne ikke løbe fra, at tv, det var det, og det kan serierne fra HBO, Showtime, AMC og FX nok i sidste ende heller ikke.

## Litteratur

Enkelte afsnit af dette kapitel har tidligere indgået i artiklen "It's Not TV..." af Andreas Hal-skov og Henrik Højer, *16:9* #33 (september 2009).

- Biancullis, David (2000): *Teletiteracy: Taking Television Seriously*. New York: Syracuse University Press.
- Biskind, Peter (2007): "An American Family", *Vanity Fair* (april). [www.vanityfair.com/culture/features/2007/04/sopranos200704](http://www.vanityfair.com/culture/features/2007/04/sopranos200704) (besøgt 05.10.2011)
- Caldwells, Thornton (1995): *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Creeber, Glen (2004): *Serial Television: Big Drama on the Small Screen*. London: BFI.
- Dunleavy, Trisha (2009): "Strategies of Innovation in High End TV: The Contribution of Cable", *Flow* (06.03.2009). [flowtv.org/2009/03/strategies-of-innovation-in-'high-end'-tv-drama-the-contribution-of-cable%2%A0%2%A0trisha-dunleavy%2%A0%2%A0victoria-university-of-wellington%2%A0/](http://flowtv.org/2009/03/strategies-of-innovation-in-'high-end'-tv-drama-the-contribution-of-cable%2%A0%2%A0trisha-dunleavy%2%A0%2%A0victoria-university-of-wellington%2%A0/) (besøgt 05.10.2011)
- Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (2008): "HBO's Ongoing Legacy", in Gary R. Edgerton & Jeffrey P. Jones (red.), *The Essential HBO Reader*. Lexington: The University of Kentucky Press: 315-330.

- Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (2008): *The Essential HBO Reader*. Lexington: The University of Kentucky Press.
- Ellis, John (1982): *Visible Fictions*. London: Routledge.
- Engelstad, Audun (2011): "It's not TV – or is it?", *16:9* #40 (februar). [www.16-9.dk/2011-02/side11\\_inenglish.htm](http://www.16-9.dk/2011-02/side11_inenglish.htm) (besøgt 05.10.2011)
- Feuer, Jane (1983): "The Concept of Live Television: Ontology as Ideology", in E. Ann Kaplan (red.), *Regarding Television*. Los Angeles: AFI: 12-22.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London: Methuen.
- Fritz, Ben (2011): "Netflix confirms deal to offer original content", *Los Angeles Times* (19.03.2011). [articles.latimes.com/2011/mar/19/business/la-fi-ct-netflix-house-20110319](http://articles.latimes.com/2011/mar/19/business/la-fi-ct-netflix-house-20110319) (besøgt 05.10.2011)
- Gjelsvik, Anne (2010): "The Wire og krimifortellingens nye serialitet", in Jørgen Riber Christensen & Kim Toft Hansen (red.), *Fingeraftryk: Studier i krimi og det kriminelle*. Aalborg: Aalborg University Press.
- Halskov, Andreas (2010): "Quid pro quo - om tværmedialitet og krydspromovering", *16:9* #38 (september). [www.16-9.dk/2010-09/side05\\_feature2.htm](http://www.16-9.dk/2010-09/side05_feature2.htm) (besøgt 05.10.2011)
- Halskov, Andreas & Henrik Højer (2011): "Kunsten ligger i nichen: 'The HBO Playbook'", *Kosmorama* #248.
- Hill, Erin & Brian Hu (2008): "HBO's Cinematized Television", in *Mediascape*. [www.tft.ucla.edu/mediascape/Fall09\\_HBOTV.html](http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Fall09_HBOTV.html) (besøgt 05.10.2011)
- Hills, Matt (2007): "From Box in the Corner to Box on the Shelf", *New Review of Film and Television Studies* 5, 1 (april): 41-60.
- Hoyt, Olga C. & Edwin P. Hoyt (1970): *Censorship in America*. New York: Seabury Press.
- Lechner, Jack (2007): "Not TV", *Good Magazine* (15.07.2007). [www.good.is/post/not-tv/](http://www.good.is/post/not-tv/) (besøgt 05.10.2011)
- Littleton, Cynthia (2007): "HBO lays a big bucks bet on 'Boardwalk'", *Variety* (07.08.2007). [www.variety.com/article/VR1118022673?refCatId=14](http://www.variety.com/article/VR1118022673?refCatId=14) (besøgt 05.10.2011).
- Lotz, Amanda D. (2007). *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- McCabe, Janet & Kim Akass (2007): "Introduction: Debating Quality", in Janet McCabe & Kim Akass (red.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London & New York: I.B. Tauris: 1-11.
- McCabe, Janet & Kim Akass (red.) (2007): *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London & New York, I.B. Tauris.
- Mittell, Jason (2006). "Narrative Complexity in Contemporary American Television", *The Velvet Light Trap* #58 (efterår): 29-40.
- Nelson, Robert (2007): "Quality TV Drama: Estimations and Influences Through Time and Space", in Janet McCabe & Kim Akass (red.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London & New York: I.B. Tauris: 38-51.
- Newcomb, Horace & Paul M. Hirsch (1994): "Television as a Cultural Forum", in Horace Newcomb (red.), *Television: The Critical View*, 5. udg. New York: Oxford University Press: 503-515.
- Newman, Michael (2006): "From Beats to Arcs: Towards a Poetics of Television", *The Velvet Light Trap* #58 (efterår): 16-28.
- Nielsen, Benedikte Hammershøy (1999): "Tv-serier i langt format. Om tv-seriens fortællestruktur og funktion i nutidens tv-billede", in Jytte Wiingaard (red.), *Medier og Æstetik*. København: Multivers: 104-161.
- Nørgaard, Thomas (2011): "Tv-auteurs", *16:9* #40 (februar). [www.16-9.dk/2011-02/side06\\_feature3.htm](http://www.16-9.dk/2011-02/side06_feature3.htm) (besøgt 05.10.2011)
- Schepelern Peter (1990): "Livet som genre", *Sekvens 90*, Årbog fra Institut for Film- & Medievidenskab. København: Institut for Film- & Medievidenskab.
- Silverman, David S. (2007): "You Can't Air That": *Four Cases of Controversy and Censorship*

- in *American Television Programming* (Television and Popular Culture). Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Simon, Ron (2009): "The Golden Age of Television, Act III". [www.criterion.com/current/posts/1310-the-golden-age-of-television-act-iii](http://www.criterion.com/current/posts/1310-the-golden-age-of-television-act-iii) (besøgt 05.10.2011)
- Spiegel, Lynn (2004): "Introduction", in Lynn Spiegel & Jan Olsson (red.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham, NC: Duke University Press: 1-34.
- Strover, Sharon (2011): "United States: Cable Television", *The Museum of Broadcast Communications*. [www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=unitedstatesc](http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=unitedstatesc) (besøgt 03.10.2011)
- Susman, Gary (2005): "Mob Mentality", *Entertainment Weekly* (01.02.2005). [www.ew.com/ew/article/0,,1023183,00.html](http://www.ew.com/ew/article/0,,1023183,00.html) (besøgt 05.10.2011)
- Thompson, Kristin (2003): *Storytelling in Film and Television*. Cambridge: Harvard University Press.
- Thompson, Robert J (1996): *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. New York: Continuum.
- Walters, James (2008): "Repeat Viewings: Television Analysis in the DVD Age", in James Bennett & Tom Brown (red.), *Film and Television After DVD*. London: Routledge.
- Weinraub, Bernard (2004): "HBO: The Tough Act TV Tries to Follow", *New York Times* (25.09.2004). [www.nytimes.com/2004/09/25/arts/television/25hbo.html](http://www.nytimes.com/2004/09/25/arts/television/25hbo.html) (besøgt 05.10.2011)
- Williams, Raymond (1974): *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.
- Zoller Seitz, Matt (2010): "The Extraordinary Rise of AMC", *Salon.com* (23.11.2010). [www.salon.com/entertainment/tv/2010/11/23/amc\\_versus\\_hbo](http://www.salon.com/entertainment/tv/2010/11/23/amc_versus_hbo) (besøgt 05.10.2011)

## Noter

1. Flowbegrebet har været genstand for en lang række kritiske og teoretiske diskussioner, der dels knytter sig til teknologi, sendefladens sammensætning og til bestemte oplevelsesformer (se f.eks. Williams 1974, Ellis 1982, Feuer 1983, Fiske 1987, Newcomb & Hirsch 1994).
2. De amerikanske *broadcasting*-netværk reguleres af FCC (The Federal Communications Commission), der op gennem 1970'erne agerede allieret med de tre store netværk og løbende forsøgte at begrænse de nye kabelkanalers udfoldelsesmuligheder. HBO hev FCC i retten og fik i 1977 dom for, at broadcastprotektionismen ikke kunne retfærdiggøres, og, måske vigtigere, at den service, som kabelkanalerne udbyder, er mere sammenlignelig med aviser end med broadcast-tv – og at de derfor skulle beskyttes under forfatningens første tilføjelse (Strover 2011). Reguleringen af de amerikanske broadcastnetværk har en længere og relativt kompleks historie, men knytter sig til udviklingen af både forbundsorganet FCC og sammenslutningen NAB (National Association of Broadcasters), som etableredes af radioindustrien i 1923 med dét formål at sørge for selvregulering af radioudbuddet. I 1952 skabtes dog den såkaldte "NAB Television Code", som opfordrede broadcastmediernes til at udsende "dannende" og "kulturelt lødige programmer". I denne act var der samtidig nogle enkelte forslag til indskrænkninger af broadcastmediernes ytringsfrihed, og disse inkluderede: "Interdictions on profanity and obscenity, any words derisive of any race, color, creed, etc., any attacks on religion. On the positive side there are pointers that respect be maintained for the sanctity of marriage and the value of the home. Illicit sex relations are not to be treated as commendable. Narcotics addiction should not be represented except as vicious habit, and ... the detailed presentation of brutality or physical agony by sight or by sound are not permissible." (Hoyt & Hoyt 1970: 45). Reguleringen i 1940'erne og 1950'erne tog således primært form af **selv**regulering og "gode råd" fra forskellige organer, der ikke betegnede sig selv – endsize blev betegnet – som censurorganer. I 1950'erne indskrænkedes grænserne for, hvad disse organer anså for gangbart – i forlængelse af den kolde krig og de såkaldte HUAC-høringer – og i 1960'erne gik ABC og NBC med til at re-

- gulere deres egne programmer, dette i forbindelse med en skærpet kritik af volden i (ellers relativt harmløse) serier som *The Untouchables* (ABC, 1959-1963). Den reelle historie bag broadcast-mediernes (selv)regulering er med andre ord lang og særdeles kompliceret, og afspejler et konstant foranderligt medieudbud og vekslende geopolitiske forhold. For mere om dette, selvregulerings historie i amerikanske broadcastmedier, se Silverman 2007: 1-32.
3. I sin artikel i *16:9* om film og tværmedialitet skriver Andreas Halskov: "Udbredelsen af VHS og siden (samt vigtigere) dvd'en har på mange måder forandret vores *tilgang* til film og tv-serier, men også den måde, hvorpå film- og tv-serier *lanceres og sælges*. Videomaskinen medførte, med Charles Tashiros ord, en veritabel *videophilia* (Tashiro 1991: 7-17), og dvd-mediet har på flere måde udvidet og forstærket denne proces" (Halskov 2010).
  4. I sin bog *The Television Will Be Revolutionized* beskriver Amanda D. Lotz tv-mediets bevægelse fra "The network era" over "The multichannel transition" til "The postnetwork era"; fra broadcasting til narrowcasting. Lynn Spiegel er inde på selvsamme fænomen i bogen *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*.
  5. Inspiration dækker her over flere forhold – bl.a. værkæstetiske og markedsføringsmæssige. Forretningsmodellerne er dog forskellige, og man skal passe på ikke at gøre *basic cable*-serierne til en udvandet version af HBO's serier. *Basic cable* skal også kunne tilbyde et alternativ til HBO-serierne, og *Mad Men* kunne eksempelvis betegnes som en artigere, men ikke desto mindre mere sofistikeret serie end flere af HBO's dramaserier.
  6. I august 2011 kunne man i diverse brancheblade læse, at Darabont på grund af økonomiske uoverensstemmelser havde brudt med AMC. I det tilfælde bliver den massive markedsføring af *The Walking Dead* som en "Darabont-serie" pludselig et seriøst problem for producenten. Seriens fans er rasende, og AMC står pludselig med en guldkalv, der slår sig i tøjret.
  7. Se i øvrigt artiklen "Kunsten ligger i nichen: 'The HBO Playbook'" (i *Kosmorama*, #248): "Det *tits, ass and guns*-image, som kabelserierne efterhånden har fået, kan næppe i sig selv betragtes som et kvalitetsparameter. Men det er værd at bemærke, at det ikke er uforeneligt med det 'kunst-image', som serierne plejer, for hvor den slags udskejelser kun i meget begrænset omfang er at finde i massekulturens traditionelle Hollywoodfilm og broadcast-programmer, så er de på ingen måde fremmede for kunstfilmen" (Halskov & Højer 2011).