

Del 3. Basic cable

Basic cable

Mellem de rene betalingskanaler, *premium cable*, og de rent reklamefinansierede netværk befinder sig en lang række kanaler, der finansieres gennem en kombination af de to, såkaldt *basic cable*. Som *basic cable*-seer betaler man kun et lille månedligt beløb, men må affinde sig med, at film, serier og øvrige indslag løbende afbrydes af reklamer. *Basic cable*-kanalerne indgår i langt de fleste amerikanske tv-pakker, og ca. 90 procent af de godt 116 millioner husstande i USA med tv modtager *basic cable*.

De op mod 270 millioner potentielle *basic cable*-seere har de sidste godt ti år været vidne til, at en lang række kanaler har udvidet repertoiret og i langt højere grad end tidligere kastet sig over egenproduktioner. Tidligere agerede *basic cable* hovedsagelig genbrugsstation for de landsdækkende netværks produktioner og havde moderat succes med at genudsende bl.a. dramaserier og sitcoms. Alternativt målrettede kanaler som CNN (nyheder), Cartoon Network (tegnefilm), Discovery (dokumentarfilm) og TCM (klassiske Hollywoodfilm) deres programflade mod helt specifikke niches på tv-markedet og var dermed aktanter i tv-mediets overordnede bevægelse væk fra *broadcasting*. De første *basic cable*-kanaler så dagens lys i slutningen af 1970'erne, men det er altså først i disse år, ikke mindst inspireret af HBO's store succes, at *basic cable* træder i karakter som producent af tv-drama, og i *Wall Street Journal* i efteråret 2010 kunne Eva Chozick således fortælle, at *basic cables* investeringer i egenproduktioner på bare fem år er steget med over 50 procent.

Now, as the media landscape changes and viewers flock to shows they like wherever they air, series on basic cable are still a junior circuit compared with the networks, but their universe keeps expanding, attracting better talent and growing in vibrancy. Once the province of reruns and sports, basic-cable networks will spend an estimated \$23 billion on 1,462 original programs (including reality shows and specials), compared with \$14 billion on 863 shows in 2005, research firm SNL Kagan reports. (Chozick 2010)

FX (som FOX ejet af News Corporation) var en af de første kanaler til at udfordre de store netværk og HBO på seriefrenten, og med *The Shield* (2002-2008) som det første skud på stammen viste man fra dag et, at udfordringen skulle tages seriøst. Shawn Ryans serie fortæller historien om den ultimative antihelt, politimanden Vic Mackey, der under den korrupte overflade måske nok har et hjerte af guld, men som ikke desto mindre afslutter

første sæsons første afsnit med at likvidere en politikollega, der udgør en trussel for Mackeys specialenhed og deres lyssky forretninger. *The Shield* blev et forbillede for en lang række serier på *basic cable*. Ikke bare æstetisk og tematisk, men også i forhold til produktionsmåde og finansiering viste FX med *The Shield*, hvordan økonomiske letvægtere som *basic cable*-kanalerne kunne blive spillere på en bane, man tidligere havde skyet. FX viste, at det var muligt at tjene penge på dramaserier ved meget kontant at appellere til et 18-49-årigt nichepublikum og ved at udnytte dvd-mediet og ikke mindst *syndication*-potentialiet (videresalg af rettighederne) til det yderste. Således betalte Spike i omegnen af 350.000 dollars per afsnit for retten til at genudsende *The Shield* (Lotz 2007: 225-231).

Trods sin højst tvivlsomme moralske habitus dannede Vic Mackey altså skole, og der går en lige linje fra ham til de yderst fejlbarlige FX-antihelte i serier som *Nip/Tuck* (2003-2010), *Rescue Me* (2004-2011) og ikke mindst til rockerne i en af de seneste års største succeser *Sons of Anarchy* (2008-). FX valgte fra starten at gå langt i deres udfordring af gængs tv-tradition, og en række interesseorganisationer forsøgte da også at få annoncører til at droppe kanalen – indledningsvis med nogen succes. Denne skizofrene situation, som *basic cable*-kanalerne befinder sig i, i kraft af den sammensatte finansiering, er uden tvivl en af grundene til, at man trods alt ikke er gået lige så langt som eksempelvis HBO i *Tell Me You Love Me* (2007) eller Showtime i *Californication* (2007), når det gælder udnyttelse af forfatningens *first amendment* (omhandlende bl.a. ytringsfrihed).¹ Og dog: I tredje sæson af *Rescue Me* voldtager hovedpersonen Tommy Gavin (spillet af komikeren Denis Leary) sin kone. En voldtægt, der skabte furore, fordi Gavins kone tilsyneladende ender med at få orgasme!

Når det gælder rent æstetiske forhold, er der ingen tvivl om, at FX på linje med HBO og Showtime har været med til at udfordre grænserne for, *hvor* *dan* der kan fortælles på tv, og eksempelvis *Damages* (FX, 2007-) er med sit splintrede tidsforløb et godt eksempel på denne risikovilje. Det er absolut ingen tilfældighed, at kanalen læner sig op ad HBO-terminologien med sit nyeste slogan "There is no Box".² FX's appetit på såkaldt kvalitets-tv og kanalens dygtige udnyttelse af brandingpotentialiet i forlængelse af succesen har smittet og i de seneste år fundet nye udtryksformer hos kollegerne på AMC, der p.t. fremstår som det store dyr i åbenbaringen. Siden 2007 har man på kultursider verden over kunnet læse om den før så undselige kanals ekstraordinære rejse mod tv-tinderne, og kanalens flagskib, *Mad Men*, har

i skrivende stund for fjerde år i træk vundet en Emmy for bedste dramaserie.

Det er netop FX (Andreas Halskov om *Nip/Tuck*) og AMC (Jakob Isak Nielsen om *Mad Men* [2007-] og Jan Oxholm om *Breaking Bad* [2008-]), der repræsenterer *basic cable* i denne bog, men mange andre fulgte trop, da det viste sig, at der også på *basic cable* kunne tjenes penge på egenproducerede dramaserier. TNT står eksempelvis bag serier som *The Closer* (2005-) og *Men of a Certain Age* (2009-), mens den største *basic cable*-kanal (målt i seertal), USA, har produceret populære serier som *Monk* (2002-2009) og *White Collar* (2009-).

Mange har tidligere betragtet 1980'erne som *basic cables* storhedstid; potentialet var tilsyneladende ubegrænset (Barnouw 1990), de store netværk blev for første gang for alvor udfordret, og bevægelsen fra *broadcasting* til *narrowcasting* indledtes. Man kan sagtens argumentere for, at den udvikling, der har fundet sted siden årtusindskiftet, kalder på lignende betegnelser. Som det fremgår af citatet herunder, er *basic cable*, hvad seertal angår, dog stadig lillebror til de landsdækkende netværk.

The generation-long shift to cable from broadcast continued, but subtly, as the smallest of the big four broadcast networks, NBC, still retained more than twice as many viewers as the largest basic cable channel, USA. (Stelter 2011)

Men bevægelsen er ikke til at tage fejl af. I sæsonen 1999/2000 så 58 procent af seerne landsdækkende netværks-tv, mens det samme tal bare fem år senere var nede på 46 procent (Lotz 2007: 13). Et skred, der ikke mindst skyldes *basic cables* aktuelle satsning på egenproducerede dramaserier.

Litteratur

- Albiniak, Paige (2002): "PTC aims at FX's The Shield", *Broadcasting and Cable* (08.04.2002). www.broadcastingcable.com/article/142324-PTC_aims_at_FX_s_The_Shield.php (besøgt 09.10.2011)
- Barnouw, Erik (1990): *Tube of Plenty, The Evolution of American Television*. Oxford: Oxford University Press.
- Chozick, Eva (2010): "From Army Wives to Sons of Anarchy: TV's Alternate Universe", *The Wall Street Journal* (15.10.2010). online.wsj.com/article/SB10001424052748703794104575545982661744128.html (besøgt 09.10.2011)
- Lotz, Amanda D., (2007): *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Newman, Michael Z. (2006): "From Beats to Arcs: Towards a Poetics of Television", *The Velvet Light Trap* #58 (efterår): 16-28.

- Seidman, Robert (2011): "USA's Summer of originals Continue to Rule the Airwaves", *TV by the Numbers* (09.08.2011). tvbythenumbers.zap2it.com/2011/08/09/usas-summer-of-originals-continue-to-rule-the-airwaves/100042/ (besøgt 09.10.2011)
- Stelter, Brian (2011): "US Views More TV and Continues to Shift to Cable, *New York Times* (02.01.2011). www.nytimes.com/2011/01/03/business/media/03ratings.html?_r=2 (besøgt 09.10.2011)
- Strover, Sharon (nn): "United States; Cable Television", *Museum of Broadcast Communications*. www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=unitedstatesc (besøgt 09.10.2011)

Noter

1. Broadcasting and Cable 2002.
2. Som manuskriptforfatter på en *basic cable*-serie har man dog den væsentlige udfordring, at der skal inkluderes og lægges op til ca. fire reklamepauser per afsnit. Som Michael Z. Newman gør opmærksom på i "From Beats to Arcs: Towards a Poetics of Television", så har den meget konkrete medievirkelighed, som serierne indgår i, altså meget konkrete konsekvenser på et mere abstrakt fortælleteknisk plan.