

Del 4. Broadcastnetværk

Broadcastnetværk

Inden for amerikansk tv-historie taler man om en netværksæra domineret af de tre nationale *broadcast networks* NBC (National Broadcasting Company), CBS (Columbia Broadcasting System) og ABC (American Broadcasting Company).¹ Fælles for de tre netværk er, at de er reklamefinansierede og altså hverken licens- eller abonnementsfinansierede. Medieforskere segmenterer netværksæraen en smule forskelligt, men i bred forstand taler man om en periode, der strækker sig fra 1950'erne til 1980'erne: 1958-1982 er den mest meningsfulde opdeling for Douglas Gomery (2008), mens Amanda D. Lotz foreslår, at den strækker sig fra midten af 1950'erne til midten af 1980'erne (2009: 2). Forud for netværksæraen var en eksperimental fase (1928-1941), efterfulgt af en etableringsfase, som indledtes med, at den statslige kommission FCC (Federal Communications Commission) frigav 18 kanaler på VHF-båndet til kommerciel udnyttelse. Såvel CBS som NBC begyndte at sende "regular programming" den 1. juli 1941, og ved krigens udgang var CBS og NBC to af blot seks (med god vilje syv) tidligere eksperimentalstationer, som sendte kommercielt tv på regelmæssig basis (Howard 2006: 11-14, Boddy 1990: 18).

Belært af erfaringerne med radio var de centrale aktører inden for amerikansk tv opsatte på at kontrollere tv-markedet:

[O]perators of the large commercial radio stations saw the airways crowded with amateur, philanthropic, and publicly supported rivals. The leaders of the nascent television industry were determined to avoid such competition in the new broadcast service. (Boddy 1990: 16-7)

Selvom der var mange ligheder og forbindelseslinjer mellem amerikansk radio og tv, var der altså den vigtige forskel, at etableringen var nøje planlagt og tæt styret af stærke kommercielle aktører som NBC og CBS. Mens radioens anvendelsespotentiale var mere differentieret og omdiskuteret, så var tv stort set kommercialiseret fra dag ét. Sponsorer spillede i tv's begyndelse en stor rolle, særlig i forbindelse med tv-drama, men op igennem 1950'erne fandt netværkene ind til en forretningsmodel, hvor 30 sekunders reklamer i reklameblokke var hjørnesteinen (Lotz 2007: 9).

Men hvad er (eller rettere: *var*) et *broadcast network* egentlig for en størrelse, og hvorfor er det meningsfuldt at diskutere tv-serier i forhold til denne ramme? Svaret på sidste spørgsmål er naturligvis, at det amerikanske tv-drama både fortælle-mæssigt, genremæssigt, tematisk og stilistisk er præget

af den mediesystemiske kontekst, som det indgår i – herunder de distributionsformer, juridiske bindinger og den overordnede forretningsmodel, som programmerne er underlagt. For at besvare det første spørgsmål kan man søge svar i Michele Hilmes' *NBC: America's Network* (2007: 7ff), hvor hun definerer de centrale elementer ved "the Network Idea" ("the 'American System'") med udgangspunkt i de tre komponenter i NBC's navn: *national, broadcasting* og *company*.

CBS, NBC og ABC blev med tiden *landsdækkende* netværk, der via deres mange affilerede stationer samtidig kunne nå tv-seere over hele landet (ca. fra 1949 og frem). Hilmes beskriver desuden *broadcasting* som en særlig kommunikationsform:

[O]ne that emanated invisibly from a central source and passed with ease through not only physical but social and cultural barriers to reach listeners [og senere tv-seere] as private individuals in their homes. (Hilmes 2007: 7)

I netværksæraen havde en typisk amerikaner mulighed for at se en håndfuld kanaler med de "tre store" netværk som stærkt dominerende aktører. Mens danskerne samledes om DR's dækning af nationale og internationale mediebegivenheder, så samledes amerikanerne om de tre store netværk i forbindelse med skelsættende begivenheder såsom Kennedy-attentatet og Watergate-affæren. Netværkene spillede med Benedict Andersons terminologi en stor rolle i forhold til at vedligeholde og flaske nye amerikanere op i et forestillet fællesskab: nationen USA. Selvom der var marginaliserede stemmer, som ikke kom til orde på de store netværk, så opererede de ud fra en forestilling om, at de var sammenhængsskabende og forenende, ligesom de bearbejdede sociale og kulturelle spændinger og problemstillinger på tværs af en lang række etniske grupper (se f.eks. Libsitz 1992). Det var tv for alle amerikanere. Selvfølgelig ikke på samme tid forstås. Amerikansk tv lærte hurtigt at flette sig ind i seernes daglige ritualer og udvikle et programflow og sendeflader afstemt i forhold til det forventede publikum hjemme i stuerne.² Denne særlige opmærksomhed om programflow, seertal og målgruppeovervejelser knytter sig til Hilmes' tredje pind, nemlig "company".

I modsætning til eksempelvis Danmark og en lang række andre lande er det fortrinsvist privatejede selskaber, som tegner det amerikanske tv-landskab. Det har naturligvis haft en indflydelse på tv-dramaets historie på de amerikanske tv-skærme. Dermed ikke sagt, at kvalitets-tv er uforeneligt med netværk-tv. Det var jo her, at det hele startede.

Netværksseriens unge år

Selvom NBC's New York-baserede station allerede i 1946-1947 sendte de første live-transmitterede tv-dramaer, var det *Kraft Television Theatre*, der blev den prototypiske *antologiserie*. Betegnelsen henviser til, at rammen om disse tv-spil hver gang var den samme, men at stykket var nyt fra gang til gang. *Kraft* sendte fra den 7. maj 1947 (afsnittet "Double Door") på ugentlig basis og var finansieret af en enkelt sponsor, som til gengæld kunne reklamere for sine produkter foran et stort (senere landsdækkende) publikum. En række antologiserier så dagens lys efterfølgende: bl.a. *The Philco Television Playhouse* (NBC, 1948-1955), *Actors' Studio* (ABC, 1948, CBS, 1949-1950) og *The United States Steel Hour* (ABC, 1953-1955, CBS, 1955-1963). De tidligste dramaer blev oftest transmitteret live fra New York, hvorfra hovedparten af manuskriptforfattere, instruktører og skuespillere også blev rekrutteret. Antologiserierne udviklede deres egne signaturer eller *house styles*. F.eks. blev *Philco* associeret med intense karakterstudier som *Marty* (1953), mens *Studio One* gjorde sig bemærket ved produktions tekniske innovationer såsom kreativ anvendelse af fortælle tid og fortalt tid samt en yderst mobil mise en scène orkestreret af instruktørerne Paul Nickell og Franklin Schaffner (Jacobs).

Standardformatet for antologidramaet var 60 minutter, men der var også serier, som anvendte 30-minut-formatet (f.eks. *Actors' Studio*) og 90-minut-formatet (f.eks. *Playhouse 90*). Med enkelte undtagelser, som f.eks. *Actors' Studio*-serien, blev 30-minut-formatet forbundet med – og førte flere gange direkte over i – Hollywoods serielle produktion af *low-brow drama*, som var optaget på celluloid og overvejende var ildeset blandt de kulturelt dannede anmeldere (Ritrosky-Winslow). Vor tids skelnen mellem det time-lange, "seriøse" format og det "letbenede" 30-minut-format (f.eks. situation komedien og dramediene) har altså rødder helt tilbage til tv-historiens barndom.

Celluloidbaseret dramaproduktion havde den kommercielle fordel, at serierne kunne syndikeres, men punkterede til gengæld den elektriske spænding forbundet med live-transmissionerne. Instruktøren Delbert Mann forklarer, hvordan det live-transmitterede tv-drama kombinerede elementer fra både film (det synkoperede billedsprog, scenskift fra ét rum til et andet) og teatret (skuespillernes kontinuerlige optræden), men at det samtidig var en unik udtryksform, fordi det var en enkeltstående *begivenhed* i modsætning til såvel rækken af teaterforestillinger som til filmens gentagne vis-

ninger (Mann 2009). Det lå i kortene, at antologiserien blev taberen i den tv-historiske udvikling i USA. Dels var livetransmitteret tv-drama en bekostelig affære, dels tabte antologiserierne i slutningen af 1950'erne terræn i forhold til seertal, og dels var der et eksternt pres på både sponsorer og netværk for ikke at associere sig med den politiske venstrefløj eller den literære og kunstneriske avantgarde (Boddy 1990: 99). Endelig viste det sig at være en ulempe for antologiserien, at kampen mellem to kommercielle logikker – sponsorernes over for netværkenes – førte til, at netværkene i løbet af 1950'erne overtog taktstokken i forsøget på at skabe et mere hensigtsmæssigt flow i sendefloden. Netværkenes harmonisering og flowtænkning var forståelig, men førte i sidste ende til mere homogenisering og mindre udtryksmæssig spændvidde.

For mange var netværkenes udfasning af antologiserien en bitter pille at sluge: "If the years between television's Golden Age and the 'vast wasteland' are few in number, they measure a traumatic reeducation for many in the ways of commercial television" (Boddy 1990: 107). Fortalerne for livetransmitteret tv-drama var blandt de første til at blive skuffede over, hvordan det amerikanske kommercielle tv-system marginaliserer æstetisk udfordrende, tematisk grænsesøgende og samfundsmæssigt revsende tv-drama. De skulle ikke blive de sidste.

Netværksserierne i nyere tid

Det er en kende bombastisk at omtale netværksæraen fra slutningen af 1950'erne og frem til 1980'erne som et "vast wasteland" for den amerikanske dramaserie. Man kunne f.eks. fremhæve den emnemæssigt vidtfavnende, sociografiske roadserie *Route 66* (CBS, 1960-1964) eller en miniserie som *Roots* (ABC, 1977). Imidlertid er det påfaldende vanskeligt at fremhæve innovative, originaltproducerede, timelange dramaserier efter antologidramaets deroute i slutningen af 1950'erne og frem til den anden guldalder, som ifølge Robert J. Thompson (1996) blev indledt af *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987). Perioden var præget af bl.a. westernserier som *Cheyenne* (ABC, 1955-1963), *Bonanza* (NBC, 1959-1973) og *Gunsmoke* (CBS, 1955-1975), detektiv-, politi- og/eller krimiserier som *Dragnet* (NBC, 1951-1959), *Mannix* (CBS, 1967-1975), *Ironside* (NBC, 1967-1975), *Columbo* (NBC/CBS, 1971-2003), *McCloud* (NBC, 1970-1977), *Kojak* (CBS, 1973-1978), *Starsky and Hutch* (ABC, 1975-1979) og *Hart to Hart* (ABC, 1979-1984), retssalsdramaer som *Perry Mason* (CBS, 1957-1966) og na-

turligvis også soaps som *Dallas* (CBS, 1978-1991), *Dollars* (ABC, 1981-1989) og *Falcon Crest* (CBS, 1981-1990). Disse seriers fortrin ufortalt er der milevidt til det kulsorte samfundssyn, som *Hill Street Blues* præsenterede.

For at forstå det udtryksregister, som netværksserierne agerede – og i vid udstrækning stadig agerer – inden for, er det nødvendigt at forstå den mediesystemiske kontekst, som de indgår i. Dels er de underlagt en række begrænsninger formuleret i *Communications Act of 1934* (og senere tilføjelser og revisioner), hvor der i sektion 327 står “No person within the jurisdiction of the United States shall utter any obscene, indecent, or profane language [...]” Heraf kommer de begrænsninger, som George Carlin byggede sin legendariske monolog “Seven Words You Can Never Say on Television” op omkring (se Henrik Højers introduktion). I det daglige arbejde som *showrunner* på en tv-serie er det desuden det enkelte netværks Standards and Practices-afdeling, der definerer de rammer, som serien kan udfolde sig inden for.³ Netop på dette område er netværksserierne ifølge Sharon Marie Ross endnu mere bornerte og tilbageholdende i dag end nogensinde før (Ross 2011: 130). En stærkt medvirkende faktor er givetvis *The Broadcast Decency Enforcement Act of 2005*, der blev ansporet af Janet Jacksons såkaldte *wardrobe malfunction* under Superbowl i 2004 og giver mulighed for markant skrappe økonomiske sanktioner over for “obscene, indecent, and profane broadcasts.”

En anden styrende faktor for netværks-tv var princippet om “least objectionable programming” (LOP). Princippet blev lanceret af NBC’s Paul L. Klein i løbet af 1960’erne, og præsenteret på skrift i en kort artikel i *TV Guide* (Klein 1971: 6-9). Den grundlæggende antagelse er – inspireret af den canadiske medieteoriker Marshall McLuhan – at tv-seere generelt tænder for at se tv i bred forstand (mediet) og ikke for at se et bestemt program. Kleins princip skal dog også ses i forlængelse af tre konkrete forhold. De tre netværks dominans betød, at konkurrencen var begrænset, og at de mere eller mindre var sikret en stor seerskare, som de skulle “holde på”. Desuden var deres programflader – set i forhold til vor tids voldsomt differentierede tv-udbud – forbavsende lig hinanden. Et tredje væsentligt forhold var, at tv-apparatet i denne æra fortrinsvis var et stuealter for familien. Selv i 1970 var det kun godt 30 % af amerikanske husholdninger, som havde mere end ét tv (Stevens 2000: 4). Da netværkene vidste, at det ofte var hele familien, som sad foran fjernsynet, blev såvel enkelte programmer

som hele programfladen tilrettelagt, således at strømmen af tv-programmer skulle være acceptabel for den bredest mulige seerskare. Kort sagt betød disse forhold, at det var vigtigere *ikke* at skræmme seere væk, end det var at trække seere til.

Imidlertid er netop konkurrencen blev intensiveret markant siden 1980'erne. På den anden side af netværksæraen var der i 1980'erne nemlig tre forhold, som forandrede den amerikanske tv-branche og sendte den ind i, hvad Amanda D. Lotz kalder *multi-channel transition*-fasen (2007: 8).⁴ For det første blev Rupert Murdochs Fox Broadcasting Company lanceret i 1987. Over tid udviklede Fox sig fra at være en samling af separate tv-stationer til at blive et nationalt broadcastnetværk på linje med NBC, CBS og ABC.⁵ De to øvrige forhold var den eksplosive fremvækst af kabel-tv-stationer samt populariseringen af videooptagere. Sidstnævnte var første trin i retning af det mere brugerstyrede tv-forbrug, som amerikanerne – og også vi danskere – oplever i dag, mens kabelstationerne var første trin i en udvikling, der går imod en stadig højere grad af kanaldifferentiering og deraf følgende segmentering af tv-seerne.⁶

Det er en grundpræmis for denne bogs opbygning og struktur, at særligt HBO's tv-dramasatsning har spredt sig som ringe i vandet. Det vil være misvisende at reducere alle nyere netværksseriers særegenheder til devisen: *HBO made us do it*. En mastodontserie som *CSI* (CBS) behøver ikke i nævneværdig grad at kere sig om, hvad der foregår på HBO, Showtime og AMC. Omvendt er der absolut en række indikationer på, at netværksserierne var påvirket af den stigende konkurrence om at tiltrække påvirkelige og købestærke seere med tv-drama som lokkemiddel. Eksempelvis må det have været tankevækkende for broadcastnetværkene, at 58 % af de amerikanske tv-seere ved udgangen af 1999-2000-sæsonen var tunet ind på deres kanaler (på dette tidspunkt NBC, CBS, ABC, Fox, The WB og UPN), mens det kun var 46 % ved udgangen af 2004-2005-sæsonen. 1980'erne var hårde ved netværkene, der måtte se deres andel af seere falde fra ca. 90 % til bare 64 % i løbet af årtiet (Lotz 2007: 13), men det var altså ikke slut med viggende seertal. Problemet for broadcastnetværkene var imidlertid ikke kun, at kabelstationernes kvalitetsdramaer gjorde indhug i seerskaren, men at de gjorde indhug i købestærke seersegmenter, som var særligt lukrative for annoncører. Flere af broadcastnetværkenes post-*Sopranos* tv-serier vidner om, at de har taget udfordringen fra kabelstationerne op – og det kan den kræsnene tv-seer nyde godt af.

Netværksserierne vil aldrig kunne udfordre HBO og Showtime i forhold til kropslige og sproglige excesser, men de har en række andre knapper at skrue på som f.eks. kompleks narration, stilistiske signaturer, tankevækkende og dybsindige problemstillinger, inter- og metatekstualitet, genrehybriditet, ironisk distance ("smart"-tv) og opskrivningen af seriernes "creator".⁷ Robert Cochrans og Joel Surnows *24* (Fox, 2001-2010) anvender f.eks. både kompleks narration (realtidsforløbet – hvis man medregner reklamepauserne) og stilistiske særegenheder (f.eks. splitscreenanvendelsen og de *first person shooter*-lignende nakkeskud af Jack Bauer på færd). Aaron Sorkins *The West Wing* (NBC, 1999-2006) skiller sig bl.a. ud på grund af de tungtvejende politiske og moralske problemstillinger, som serien vender, ligesom den i stilistisk henseende praktiserer energiske *walk and talk*-steadicambevægelser, hvor karaktererne samtaler i rivende hast – så bemærkelsesværdigt var dette signaturvirkemiddel, at det er blevet parodieret i et afsnit af *Ed* (NBC, 2000-2004).⁸ Derimod er *Veronica Mars* i højere grad kendetegnet ved intertekstuelle referencer, ekstremt selvbevidst narration, genrehybriditet og en til tider uhyre kompliceret plotstruktur.

Mens konkurrencen fra kabel-tv naturligvis har haft en væsentlig indflydelse på broadcastnetværkenes dramaserier, så er det i disse år endnu vigtigere, at hele tv-mediet er i færd med at gennemgå en rivende udvikling, som man endnu ikke har set enden på. I en artikel på *thedailybeast.com* skriver branchejournalist Jace Lacob om, hvordan 2004-2005 var sæsonen, hvor broadcastnetværkene lancerede nogle af årtiets største dramasucceser: *Lost* (ABC, 2004-2010), *Desperate Housewives* (ABC, 2004-), *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-) og *House* (Fox, 2004-). Her syv år senere er disse enten lukket ned (*Lost*), ved at lukke ned (*Desperate Housewives*) eller har voldsomt reducerede seertal i forhold til tidligere (*Grey's Anatomy* og *House*). Lacob peger ikke på HBO eller andre kabelstationer som årsag, men på den nye konkurrencesituation, hvor onlinestreaming-tjenester som Netflix, Hulu og Amazon ikke bare konkurrerer om at være seerens distributionskanal, men i Netflix' tilfælde også ligefrem er gået i gang med selv at finansiere en ny dramaserie til streaming på tjenesten. Samtidig påpeger han, at det i dette mere differentierede marked meget vel kan være slut med tv-serier, som trækker 20 millioner seere. Til sammenligning så cirka 83 millioner amerikanere med for at finde ud af, hvem der skød J.R. i *Dallas*. Lacob's udtalelser ligger i forlængelse af Amanda D. Lotz' dom over det amerikanske tv-publikum anno 2007: "The U.S. television audience now can rarely be

categorized as a mass audience; instead, it is more accurately understood as a collection of niche audiences” (2007: 5).

At vurdere ud fra netværkenes dramaserier i det nye årtusinde, kan man i hvert fald pege på to reaktionsmønstre: Det ene er, at man satser mere entydigt på den type af *narrowcasting*, som f.eks. AMC har haft stort held med i forbindelse med *Mad Men* (2007-). Som Kenneth McNeils kapitel om *Friday Night Lights* (NBC/The 101 Network, 2006-2011) og Michael Højers om *Veronica Mars* (UPN/The CW, 2004-2007) afslører, så har netværkenes mere innovative (ungdoms)serier imidlertid haft vanskeligt ved at tiltrække et tilstrækkeligt stærkt nichepublikum. Måske er der et iboende brandingproblem, som gør det vanskeligt at lancere *narrowcastede* serier på broadcastnetværk.

En anden strategi synes mere oplagt for de fem største netværk (NBC, CBS, ABC, Fox og The CW), særligt efter at de med fusionen af NBC og Universal alle indgår i et konglomerat med et af Hollywoods store filmselskaber: at lancere tv-serier, der både byder på stilistisk ekvilibrisme – ofte i form af ekstravagant actionæstetik – og er konceptualiseret i retning af et stort internationalt publikum, med andre ord en slags *blockbuster*-tv (se Hill & Hu 2008).⁹ *Lost*, som Jacob Ludvigsen behandler i et af de følgende kapitler, er interessant, i og med at den tilsyneladende har kunnet kombinere de to strategier og paradoksalt nok fremstår som filosofisk anlagt kult-tv for millioner. En serie som *Heroes* (NBC, 2006-2010) ligger i oplagt forlængelse af *Lost*. Selvom USA som sådan er et multietnisk samfund – *the melting pot* eller *the salad bowl*, alt efter ens integrationssyn – så synes særligt *Heroes* at være konceptualiseret med et decideret internationalt marked for øje: Såvel seriens karaktergalleri som dens lokaliteter åbner sig behændigt mod potentielle eksportmarkeder som Japan, Indien og Latinamerika. Der er sågar flere eksempler på *japansk* dialog i både *Lost* og *Heroes*, som afstedkommer noget så sjældent som *undertekster* på amerikansk netværks-tv. En serie som *Heroes* vidner også om, at det internationale dvd- og Blu-ray-salg er en vigtig indtægtskilde. Der er stadig en række forhindringer i vejen for smidig streaming og downloading af amerikanske tv-serier på tværs af kloben, men det kan tænkes, at netop *blockbuster*-tv's forretningsmodel kan skubbe til udviklingen.

Selvom broadcastnetværkene har haft svært ved at finde en afløser for serier som *Lost* og *Desperate Housewives*, så har de næppe tænkt sig at kaste håndklædet i ringen. En serie som *Terra Nova*, der havde premiere på Fox

den 26. september 2011 er til dato det mest oplagte eksempel på *blockbuster*-tv og kan meget vel vise sig at pege fremad mod senere satsninger i forhold til følgende parametre:

- CGI og special effects-tung mise en scène, der passer fint til de små hjemmebiografer. Desuden byder serien på frenetisk klipning, ekvilibristisk kamerabevægelse (adskillige kran- og helikopterskud) samt en hårdtpumpet lydside, der er en spillefilm værdig.
- Tv-anmeldelser tyder på, at der lig spillefilmens action-, fantasy- og sci-fi-spektakler er en indbygget risiko for, at selve manuskript- og karakterudviklingen (den intelligente dialog) negligeres (se Wollaston 2011). Måske vil manuskriptforfatterens rolle og det såkaldte *master script* være knap så dominerende til fordel for en Jerry Bruckheimer-lignende *producer/director*, der ikke er hovedforfatter, men må vie al sin tid til at koordinere et omfangsrigt og krævende produktionsforløb (se Caldwell 2008: 16).
- Hvert afsnit har et budget på cirka fire millioner dollars. Et afsnit af *Mad Men* koster til sammenligning knap det halve, mens standarden for en netværksserie er cirka tre millioner dollars.
- Multietnisk cast.
- Grundet de store omkostninger ved at opbygge kulisser mv. udnyttede Fox masseproduktionsfordele ved med det samme at bestille 13 afsnit.
- Vinduet mellem den amerikanske tv-premiere og en række andre premierer rundt omkring i verden (tv-stationer i Polen, Israel, Belgien, Rusland, England, Irland mv.) er ekstraordinært kort, ofte en uge og helt ned til en enkelt dag.
- En verdenskendt auteur er tilknyttet serien, i dette tilfælde Steven Spielberg.
- Første sæson har kun 13 afsnit – a la *premium*- og *basic cable*-serier – mod de sædvanlige 22-25 afsnit, som netværkene sædvanligvis bestiller.

I forhold til det sidste parameter har John Rogers (*showrunner* på TNT-serien *Leverage* [2008-]), men med en fortid som manuskriptforfatter på CBS og The WB) udtalt, at det i sagens natur er enormt vanskeligt at vedligeholde et højt kvalitetsniveau, når man skal producere over 20 afsnit per sæson, men overkommeligt, når det kun drejer sig om f.eks. 13 afsnit (Perren

2011: 136).

En blockbuster er en mere begivenhedsorienteret henvendelsesform og står umiddelbart i stærkest kontrast til den rituelle, hverdagsagtige situationskomedie. En udvikling i retning af færre, men mere ekstravagante afsnit synes oplagt i den sammenhæng. Præcis hvordan broadcastnetværkenes dramaserier vil udvikle sig, må fremtiden vise, men hvis tv-blockbusteren bliver det primære satningsområde, så kan tv-dramaet ende med igen at få karakter af enkeltstående mediebegivenheder, ligesom det var tilfældet med de enkeltstående, livetransmitterede, intime tv-spil fra amerikansk tv's barndom. Det vil være ironisk, hvis det er det storskydende blockbuster-spektakel, der genrejser tv-dramaet som tv-begivenhed.

Litteratur

- Anderson, Benedict (1991): *Imagined Communities*, 2. udg.. London: Verso.
- Barnouw, Eric (1966-1970): *History of Broadcasting in the United States* (tre bind), *A Tower in Babel*, *The Golden Web*, *The Image Empire*. N.Y.: Oxford University Press.
- Boddy, William (1990): *Fifties Television*. Urbana: University of Illinois Press.
- Caldwell, John Thornton (2008): *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Duke & London: Duke University Press.
- Dowler, Kevin (nn): "Playhouse 90" *Museum for Broadcast Communications*. www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=playhouse90 (besøgt 15.10.2011).
- Gomery, Douglas (2000): "Once There Were Three, Now There Are Seven", *Television Quarterly* 31, 1 (forår 2000): 63-8.
- Gomery, Douglas (2008): *A History of Broadcasting in the United States*. Malden, MA: Blackwell.
- Herman, Karen (2010): "Matthew Weiner Interview", *Archive of American Television* (11.10.2010 & 12.11.2010). www.emmytvlegends.org/interviews/people/matthew-weiner (besøgt 15.06.2011).
- Hill, Erin & Brian Hill (2008): "HBOs Cinematized Television", *Mediascape*. www.tft.ucla.edu/mediascape/Fall09_HBOTV.html (besøgt 19.10.2011)
- Hilliard, Robert L.; Keith, Michael C. (2010): *Broadcast Century and Beyond*, 5. udgave. Burlington, MA: Elsevier/Focal Press.
- Hilmes, Michele (red.) (2007): *NBC: America's Network*. Berkeley: University of California Press.
- Howard, Herbert H. (2006): "Television Station Ownership in the United States: A Comprehensive Study (1940-2005)," *Journalism and Communication Monograph*. Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Jacobs, Jason (nn): "Studio One". www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=studioone (besøgt 15.10.2011)
- James, Meg (2011): "Cablevision moves forward with spinoff of AMC Networks", *LA Times blog* (10.03.2011). latimesblogs.latimes.com/entertainmentnewsbuzz/2011/03/cablevision-moves-forward-with-spin-off-of-amc-networks.html (besøgt 12.10.2011)
- Klein, Paul L. (1971): "Why you watch what you watch when you watch", *TV Guide* (24 juli, 1971): 6-9.
- Lacob, Jace (2011): "Desperate Times for TV Networks", www.thedailybeast.com (08.08.

- 2011). www.thedailybeast.com/articles/2011/08/08/with-desperate-housewives-ending-tv-networks-ponder-future-without-massive-hits.html (besøgt 17.10.2011)
- Lipsitz, George (1992): "The Meaning of Memory: Family, Class, and Ethnicity in Early Network Television Programs", in Lynn Spiegel & Denise Mann (red.), *Private Screenings: Television and the Female Consumer*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Lotz, Amanda D. (2007): *The Television Will Be Revolutionized*. N.Y. & London: New York University Press.
- Lotz, Amanda D. (red.) (2009): *Television Programming in the Post-Network Era*. N.Y. & London: Routledge.
- Mann, Delbert (2009): kommentarspor på *Marty. The Golden Age of Cinema*. The Criterion Collection. Sonny Fox Productions.
- Mashon, Michael (nn): "Kraft Television Theatre". www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=krafttelevi (besøgt 15.10.2011)
- Pearson, Roberta (2007): "Lost in Transition: From Post-Network to Post-Television", in Jane Feuer & Kim Akass (red.), *Quality TV: Contemporary American Television*. London: I.B. Tauris.
- Perren, Alisa (2011): "In Conversation: Creativity in the Contemporary Cable Industry", *Cinema Journal* 50, 2 (vinter 2011): 132-138.
- Ritrosky-Winslow, Madelyn (nn): "Anthology Drama". www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=anthologydra (besøgt 15.10.2011)
- Ross, Sharon Marie (2011): "Introduction", *Cinema Journal* 50, 2 (vinter 2011): 128-131.
- 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.
- Sterling, Christopher & John Michael Kittross (2002): *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Stevens, Tracy et al (red.) (2000): *International Television and Video Almanac*, 44. udg. La Jolla, CA: Quigley Publishing Co.
- Thompson, Robert J. (1996): *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. New York: Continuum.
- Wollaston, Sam (2011): "TV review: Terra Nova", *The Guardian* (03.10.2011) www.guardian.co.uk/tv-and-radio/2011/oct/03/tv-review-terra-nova (besøgt 19.10.2011).
- Weinstein, David (2004): *The Forgotten Network: DuMont and the Birth of American Television*. Philadelphia: Temple University Press.
- Zynda, Thomas H. (1986): "The Metaphoric Vision of Hill Street Blues", *Journal of Popular Film & Television* 14, 3 (1986): 100-113.

Noter

1. DuMont omtales undertiden som det "glemte" fjerde netværk. DuMont nåede at blive et landsdækkende netværk og producerede også tv-drama (bl.a. retssalsantologiserien *They Stand Accused*, 1949-1954), men bukkede under i midten af 1950'erne (se Weinstein 2004). ABC opstod som følge af FCC's regulering af markedet for broadcasting (såvel radio som tv) fra 1941 og frem. NBC måtte som følge af FCC's bestræbelse på at begrænse enkeltaktørers dominans skille sig af med én af deres to radiostationer, NBC Red og NBC Blue. NBC solgte NBC Blue, som blev til ABC.
2. Denne udvikling af programflow var orkestreret af netværkene, der i begyndelsen af 1950'erne forsøgte at fravriste sponsorerne kontrollen over sendefloden. Da NBC's *network chief* Pat Weaver i 1954 så tilbage på sin indtræden i 1949, sagde han følgende: "The programming just had no direction. Programs landed next to each other by mere chance with each agency building its own show in a way that was aimed at nothing more than keeping its client happy. There was no planned relationship of one program and another or to the

- competition, and no particular attempt to create a lasting pattern for the people at home" (citeret i Boddy 1990: 95).
3. I forhold til selv censur spiller også netværkenes fællesorganisation National Association of Broadcasters en rolle. For mere herom se Henrik Højers kapitel tidligere i bogen (note 2).
 4. Andre kalder denne epoke for "the post-network era", men Lotz vil hellere reservere betegnelsen til det nye årtusindes brancheforhold, herunder de langt mere differentierede produktions-, distributions- og forbrugsformer. Hun fremhæver distributionen af tv-indhold via Apples *iTunes* fra oktober 2005 som et afgørende vendepunkt og den reelle begyndelse på "the post-network era" (Lotz 2007: 257). Andre betegner den igangværende æra som "the post-television era" (f.eks. Pearson 2007).
 5. Siden har der været flere forsøg på at lancere nationale broadcastnetværk. Det femtestørste broadcastnetværk er i skrivende stund *The CW* – bl.a. takket være dramaserier som *Gossip Girl* (2007-) og *Vampire Diaries* (2009-).
 6. Det tilsyneladende heterogene og differentierede tv-marked er i øvrigt underbygget af oligarkiske ejerforhold. Douglas Gomery kunne reducere antallet af ejere af *både* broadcasting, kabel- og satellit-tv til en håndfuld af aktører (Gomery 2000). Ejerforholdene har forandret sig siden 2000, men både de traditionelle broadcastnetværk og de stærkeste *premium-* og *basic cable-*netværk som HBO, Showtime og FX indgår i enorme mediekonglomerater: Disney (bl.a. ABC), Sumner Redstones National Amusements (bl.a. CBS, UPN/The CW og Showtime), Time Warner (bl.a. The WB/The CW og HBO), Rupert Murdochs News Corporation (bl.a. Fox og FX) og Comcast og General Electric (bl.a. NBC og USA Network).
 7. Tv-seriers executive producer var i netværksæraen en mere anonym aktør, der var underlagt en række hensyn. Det er vedkommende i mange henseender stadig, men i og med at netværkenes kanalprofil ikke som sådan er et salgsparameter, så udnytter de det kommercielle potentiale i at kvalitetsstemple tv-serier ved at brande dem som værker skabt af en visionær kreatør.
 8. *The West Wing* byder også selv på flere selvparodiske referencer til virkemidlet.
 9. Hu og Hill nævner ikke den internationale publikumsappel, men definerer blockbuster-tv på baggrund af stilistisk ekvilibrisme (pyroteknik, høj production value, special effects, letterbox-format mv.) koblet med genre-mæssig konventionalitet og en uforpligtende, nydelsesorienteret oplevelsesform. De fremhæver bl.a. *CSI* og *Lost* som eksempler.