

MORTEN GIERSING

TV - Made in USA

Om det amerikanske TV og dets produkt: seriefilmen

MORTEN GIERSING (f. 1945), lektor, mag. art. i litteraturvidenskab ved Københavns Universitet, medredaktør af tidsskriftet *Kultur og Klasse*. Medforfatter til *Det reaktionære oprør. Om fascismen i Knut Hamsuns forfat-*

terskab (1975), har desuden skrevet bidrag om litteratur, film og tv til antologier og tidsskrifter. Medudgiver af *Fremtidens TV?* (Kbh. 1979). Udgiver i løbet af 1981 *TV i USA, massekultur - kulturimperialisme*.

INTRODUKTION

Artiklen beskæftiger sig med det nyeste visuelle medie, TV og primært som det tager sig ud i USA. Det er i USA, at TV-produktionen er mest udviklet, og det er herfra, at vi modtager den største strøm af kulturimperialisme også hvad angår TV, man kan blot tænke på antallet af amerikanske TV-serier i dansk fjernsyn.

Det beskrives, hvorledes mediet TV formes af de samfundsmæssige krav. Med medium forstås både udviklingen af apparatet (hardware) og udsendelsen (soft-ware), og måden det indgår i døgnrytmen som møbel og behovstilfredsstillende instans for de oplevelsesønsker, der er skabt i samfundslivet. TV imødekommer nogle faktiske behov, der er opstået i det i bred forstand sociale liv omend kun med momentan tilfredsstillelse. De behov, som virkeligheden har frembragt, udnyttes i TV-serierne, som der primært fokuseres ind på.

TV er udviklet fra radioen og denne udvikling og afhængigheden af lydsiden til fordel for billedserien i TV-seriernes første tid beskrives. De særlige forhold i udviklingen og den nuværende opbygning af TV i USA drages frem: de mest dominerende *Networks* (RCA, CBS, ABC), ligesom deres interesser i andre medieforetagender og hvorledes det samlede medieudbud henviser til hinanden tages op, *produktionsselskaberne* og her primært MCA-Universal, *markedsundersøgelser*, *programlægning* dvs. seertyper og -antal, der tilrettelægges efter den laveste fællesnævners princip, og sendetidspunkter. Og endelig tages udviklingen i seriens æstetik op, hvorledes spændingen og dynamikken intensiveres for at holde så mange til skærmen som muligt, så de ikke bliver fristet af andre og mere dramatiske udsendelser. I den forbindelse tages også reklamer-

nes indflydelse på serie-episodens udformning op. En udformning der tilstræber en udelukkelse af disharmoni mellem reklame og TV-serien. TV-serierne er på grund af kravet om spænding og dramatik og reklamernes opdeling blevet episodiske og fragmentariske og

svarer i den forstand til virkelighedens større og større grad af opsplitning. Der skabes til stadighed oversigt over det opsplittede samfund i dette medie; det gøres imidlertid ikke mere i brede, episke forløb, men fragmentarisk og episodisk.

MORTEN GIERSING: TV - MADE IN USA

TV er et fascinerende medie. Det var ihvertfald fantastisk: den lille skærms billeder midt i stuen, på mystisk vis *transmitteret* til aftenkaffen ved et tryk på knappen. Gaderne, for ikke at tale om biograferne, var tomme, taxi'erne klagede; fjernsyns-anskaffelsen var en sammenkomst værd, også når der var gæster samlede man om skærmen.

Arbejderens interesse for hvordan mekanikken virker, vakt af arbejdsprocessen omkring det konkrete produkt, gjaldt ikke mindst dette tekniske vidunder. Eller måske var der ligefrem tale om en hævn: mere og mere underlagt maskinens rytme for hvert teknisk fremskridt, kunne han her erhverve sig en rigtig godbid af de moderne tiders teknologi for sig selv, kaste sig over det tekniske vidunders indretning som de tekniske vidundere ellers kastede sig over ham (og sjældnere hende). Funktionæren, der fortsat bildte sig ind at være andet end arbejder, og fortsat havde et par grunde til det, var nok også fascineret. Men som følge af det generelle orienteringstab som den usikre sociale indplacering bevirkede, var teak- eller palisander-møblet også kærkomment som et status-symbol blandt andre.

Fjernsynet, det blotte apparat, var også lidt af et spiritistisk medie, som kunne sætte indehaveren i umiddelbar forbindelse med de højere magter, teknologiens og konsumets løfterige slaraffenland. Til en begyndelse var det i høj grad mediet selv som var budskabet.

Interessen samlede sig ikke så meget om det der kom ud. Det var ikke så meget og det var ikke voldsomt interessant. Men hva ku det som medie?

Det var film midt i dagligstuen. På én gang mere privat, umiddelbart i intimsfæren og ikke i biografens anonyme mørke, og samtidig mere fælles, alle andre så også Gunner NU lige nu. Det kunne noget som filmen ikke kunne, sende direkte, direkte transmission, *live* som amerikanerne sagde, den store verden lige indenfor. Det var ellers vanskeligt nok at ha den store verden på den lille skærm. TV lagde billedmæssigt op til nærbilleder, til mennesker og ansigter, ikke det store vue over by- og landskaber. Filmen vidste da også hurtigt at fremhæve dette fortrin, det landskabsmalende totalbillede, ved at udvikle nye kæmpelærred-formater. Ligesom filmen henvendte TV sig med både lyd og billede til sanserne. Radioen kunne kværne i baggrunden, kan det ihvertfald, men skærmen fangede opmærksomheden og snakken blev til kommentar, eller forstummede; man så fjernsyn. Det krævede også koncentration at følge og strukturere den - i forhold til filmen - lavt definerede ('uklare') billedstrøm. I modsætning til læseoplevelsen, hvis hastighed og gang man selv bestemte, var rytmen i fjernsynskiggeriet givet på forhånd, ikke til at ændre, kun afbryde. (Hvilket iøvrigt var helligbrøde på grund af misforholdet mellem apparatets pris og antallet af udsendelser,