

## EN DAG MED KANAL 3.

### Af Preben Sepstrup.

Man må kende amerikansk tv for at forstå amerikanerne, men også for at vide, hvad der kommer på de danske tv-skærme, når Matrakanalene i den tysk-franske satellit og senere den luxemborgske satellit om få år begynder at sprøjte rent kommercielt tv ud over Europa. Det er uden for al tvivl, at indholdet vil komme til at ligge tæt op af amerikansk tv.

Artiklen her er den første systematiske og totalt omfattende beskrivelse på dansk af en amerikansk tv-dag.

Urbana-Champaign ligger på prærien i Midtvesten i USA. Mere præcist: i staten Illinois, 200 km syd for Chicago. Byen er en universitetsby. Af de ca. 100.000 indbyggere er de 35.000 studerende. Oplandet er landområde med store gårde, hvor der dyrkes majs og sojabønner.

Der udkommer 1 daglig avis i området (\$ 2.50 for 14 dages meget tyk avis) plus 1 dagblad tilknyttet universitetet. Der udgives ingen annonceaviser. Al direkte reklame distribueres via avisen. Der kan modtages et for mig ukendt antal radiostationer i området, heraf flere lokale. En af disse er ikkekommerciel og drives af universitetet. Der findes ingen programoversigter for radioen undtagen lejlighedsvis annoncering i aviserne med de faste programtidspunkter. Udsendelserne består overvejende af musik afbrudt af korte indslag og reklamer samt af sportstransmissioner.

Der er 3 lokale tv-stationer, der med udgangspunkt i Urbana-Champaign dækker et område i størrelsesordenen som Østjylland eller Fyn. Kanal 3 (WCIA) er en kommerciel sender tilknyttet (affiliated) CBS's network, hvilket vil sige, at kanalen - bortset fra 1½ times lokale nyheder og mindre programindslag - formidler CBS's programmer. Reklamerne er en blanding af nationale/almene og lokale reklamer. Den konkurrerende lokale kommercielle sender er kanal 15 (WICD), der er affiliated til NBC's network. Begge disse kanaler sender fra 6 morgen til 1 nat. Endelig driver universitetet en lokal station WILL eller kanal 12, der er ikke-kommerciel og reklamefri og tilknyttet PBS (Public Broadcasting System). Denne kanal har ingen nyheder. Den sender fra klokken 12 til 23.

Det 3. store network ABC er repræsenteret i området via kanal 17 (WAND), der har hjemsted i den nærmeste by af tilsvarende størrelse, Decatur, der ligger ca. 50 km væk.

Et nyt landsomfattende network arbejder sig i disse år op på linje med de 3 store kendte networks. Det er CBN (Christian Broadcast Network), der ikke har nogen lokal station "affiliated" i det område, vi ser på her, men hvis generelle programmer kan modtages af seere med gode antenneforhold, eller som er tilsluttet det kabelsystem, der næsten dækker byen. Er man tilsluttet kabelnettet, kan man ud over de nævnte stationer se 3 Chicagokanaler, en særlig natsender fra Atlanta, den særlige reklamefri kabelstation og den offentlige kanal, som kabelsystemet skal stille til rådighed. I parentes bemærket, har denne kanal principielt gode muligheder for lokal selvproduktion, men systemet fungerer dårligt, og kanalen ses kun lidt. I en anden parentes kan nævnes, at kabler Urbana-Champaign ikke nødvendigvis er noget, der lægges i jorden, men lige så ofte trækkes i luften.

I det efterfølgende er det meningen af se på kanal 3's struktur og indhold. Bortset fra det lokale islæt er der de 3 hovednetworks programmer.

Iagttagelserne er baseret på 1 hverdags udsendelser. En dag kan lyde af lidt, men fra 6.00 til 19.00 er udsendelserne ens fra mandag til fredag. Hovedparten af aftenprogrammerne er også fast struktureret, men med mere "afveksling" hen over ugen. Afveksling i anførselstegn, fordi programmerne grundlæggende er meget ens alle dage. De faste programmer erstattes så ind imellem af såkaldte "specials", dvs. er alt, hvad der ikke er rutinemæssigt fastsat. Sammen med de store serier i "prime time" (den bedste sendetid) - i foråret 1980: The Incredible Hulk, Duke of Haywards og Dallas - er det på disse "specials", at der konkurreres om at opnå de bedste "ratings", der opføres hver uge.

Kanal 3 starter sine udsendelser hver morgen kl. 5.55. Med ganske få variationer ser programmet ens ud frem til klokken 19.00.

- 5.55: Identifikation af stationen og en højtidelig programerklæring.  
Tower Crier: ubetalte meddelelser om lokale begivenheder af ikke-kommerciel karakter.
- 5.56: American Trail "sponsored by" en landbrugssammenslutning og et gødningsfirma. Et lokalt program om ting og steder, der peger bag ud. I dag er det et lokalt intetsigende interview med en 97-årig, der synger en sang, men som ellers dårligt kan tale eller forstå.
- 5.59: Alle stationer er forpligtet til via frivillige aftaler med reklamebranchen at bringe nogle gratis ikke-kommercielle meddelelser. Det sker som oftest lokalt på dette tidspunkt.  
Der er reklame for at støtte de lokale dyrevenner, for en kirke og for en lokal ældre-service. Desuden reklameres for "the early show", eftermiddagens spillefilm.
- 6.00: CBS morgennyheder læst af en mand, der ikke er den berømte Walter Conkrite. Han viser sig først om 12 timer. Nyhederne er cubanske flygtninge, Iran, Tito's begravelse. Der lægges op til reklameindslag ved at fortælle overskriften på de næste nyheder.

- 6.07: Dagens første egentlige reklameblok, der består af 3 lokale indslag for en bilforhandler, en national fødevarerekæde, der laver lokalt fremstød og en mærkevare i opvaskemaskiner med oplysning om, hvor den sælges lokalt.
- 6.09: Endelig reklameres der for kanal 3's vejrudsigter. CBS morgennyheder fortsætter med bilindustriens vanskeligheder samt overskrifter på, hvad der kommer efter næste reklameblok. Dagens anden reklameblok. 4 reklamer for henholdsvis et nationalt bilforhandler og for en national landbrugsinteresseorganisation Farm Bureau.
- 6.12: Sport. Landbrugssituationen i Midtvesten. Nyhederne efter næste reklameblok.
- 6.17: Dagens tredje reklameblok. 4 reklamer for blomstergødning, en madras, buksestrømper og grillkul.
- 6.20: Saudiarabien nedlægger forbud mod tv-film. Anderson's afhængighed af om tv-selskaberne tager ham med i valgudsendingerne. Tito's begravelse.
- 6.25: Second Cup. Morgennyhederne fra CBS afbrydes af lokal udsending med petitstof. I dag interview med arrangøren af et lokalt republikansk partikonvent for børn.
- 6.28: Dagens 4. reklameblok. 2 lokale reklamer for en bilforhandler og for et nationalt solgt drikkevands-forbedremiddel med angivelse af lokal forhandler. Reklame for kanal 3's nyhedsudsendinger og for programmet
- 6.28: CBS's morgennyheder fortsætter med det cubanske flygtningeproblem, der behandles indgående. Alle reportere er mænd. En enkelt er farvet. CBS demonstrerer her sin teknik med en studievært, der over monitorer er i kontakt med flere reportere rundt om i landet. Tito's begravelse fortsætter i direkte transmission.
- 6.38: Dagens 5. reklameblok med 4 reklamer for en fordøjelsespille, Hyatt-hotelkæden et nationalt mindre biludlejningsfirma og for en landsdækkende kæde, der har udsalg i hårde hvidevarer.
- 6.41: Tito's begravelse i fortsat direkte transmission.
- 6.44: Dagens 6. reklameblok med 4 reklamer. En bil, et lænestolsmærke, en piemix og en motelkæde.
- 6.46: Grundig behandling af bilindustriens vanskeligheder og et kort indslag om en ballonfærd tværs over USA.
- 6.50: Dagens 7. reklameblok med 4 reklamer for afmagringspiller, American Express, hundemand og tandpasta.
- 6.53: Den nationale vejrudsigst, Israelsk raid ind i Libanon, den 187. dag for gidslerne i Iran, Tito's begravelse, Carter åbner nyt undervisningsministerium.
- 6.59: Reklame for CBS nyheder senere på dagen. Dyrevennerne beder om penge igen. Reklame for eftermiddagens spillefilm. Reklame for at undgå skovbrande. Kanalidentifikation og programmerklæring.

Vi har nu set nationale nyheder i en time med en afbrydelse på 3 minutter til et lokalt petitprogram. De vigtigste nyheder gentages igennem programmet, men med nye oplysninger og i forskellig detaljeringsgrad.

Programmet har bestået af 8 redaktionelle blokke og 7 blokke med i alt 26 reklamer af både national og lokal karakter. Hertil kommer 4 annonceringer af eller reklamer for dagens kommende programmer samt 2 ikke-kommercielle budskaber. Der har været 40 minutter med nyheder. Den gennemsnitlige redaktionelle blok er 5 minutter. Den korteste er 2 og den længste 8 minutter. I alt har der

på de 40 minutter været bragt 18 nyhedsindslag, der dog ikke er forskellige, idet Tito's begravelse fortsætter løbende, og de cubanske flygtninge og bilindustrien behandles over 2 gange. Der er indslag fra halve minutter op til 3-4 minutter.

Reklameindslagene har taget 16 minutter eller 28% af tiden. Det gennemsnitlige reklamindslag er 37 sekunder langt. Den længste reklameblok er 3 minutter, den korteste 1 minut.

7.00: Captain Kangaroo er et program for de 6-12 årige børn (mit skøn), som kommer hver dag undtagen lørdag og søndag fra 7-8, og som har eksisteret i mange år. De formodede seere er skolebørn, der skal med deres busser mellem 8 og 8.30. Programmet vises altså i børnenes vågne op, morgenmads, vaske sig, tage tøj på, børste tænder, pakke taske periode.

Programmet er fast struktureret, således at vi først ser Captain Kangaroo - en midaldrende, hvidhåret, trivelig, rar mand i en morsom episode af sketchagtig karakter. Derefter synger en stemme en "pædagogisk" (i ordets værste betydning) sang om et beslægtet emne samtidig med, at der vises en tegnefilm om emnet. Endelig vises et stopskilt med teksten "Captain Kangaroo will continue after these messages", og når reklame-"budskabet" er slut, vises et gå-skilt med teksten "Captain Kangaroo continues". Der markeres altså en overgang mellem det redaktionelle indhold og reklamen, hvad der ikke er tilfældet i voksenudsendelserne. Det kan til gengæld bemærkes, at Captain Kangaroo som tegneseriefigur optræder i reklamer i lørdagens og søndagens børneudsendelser.

Børnetimen har 7 redaktionelle blokke og 7 reklameblokke med 17 reklamer, så vi klokken 8 har haft i alt 15 redaktionelle blokke og 14 reklameblokke med i alt 43 reklamer.

Opdelingen af programmet ser således ud:

7.00: redaktionelt stof - 7.08: reklame for pie-mix og sjove sugerør - 7.09: redaktionelt stof - 7.19: reklame for en Kellogs morgenmad og for Yoyo'er - 7.20: redaktionelt stof - 7.27: fødevarekædes børnemalekonkurrence og 2 programreklamer for weekendens børneudsendelser - 7.28: redaktionelt stof - 7.32: reklamer for hoppebolde, slikkepinde og for at melde sig som pigespejderleder - 7.34: redaktionelt stof - 7.47: det oplyses, at udsendelsen i dag er "responsed by" Kellogs, og der reklameres for 2 forskellige slags Kellogs morgenmad samt for byggeklodser - 7.49: redaktionelt stof - 7.56: reklame for pie-mix, Kellogs morgenmad og Kellogs morgenmad - 7.57: afspilning af programmet - 7.59: Det nævnes, at Kellogs er sponsor, der reklameres generelt for Kraft Foods. Afspilningen fortsættes med opfordring til at se programmet i morgen. 2 programreklamer for den kommende aften og den kommende lørdag.

Ud af den time børneudsendelsen varer, er de 51 minutter redaktionelt stof og 9 minutter eller 15% af tiden er reklamer.

De 51 minutter redaktionelt stof er fordelt på 7 blokke med en gennemsnitlig varighed på 7 minutter og 17 sekunder. Den længste er 13 minutter, den korteste 2 minutter.

De 9 minutters reklame, der både i form og indhold er nøje udformet med henblik på børn, er fordelt på 7 indslag, der gennemsnitligt varer 1 minut og 17 sekunder. Reklameblokkene varer enten 1 eller 2 minutter. De 7 blokke rummer 17 reklamer, der altså i gennemsnit varer 31 sekunder.

8.00: May Magazine. Normalt kører der hver dag fra 8-9 et "family show" (The Jeffersons), altså et komedieagtigt underholdningsprogram, men den første torsdag hver måned - og den dag, der her er tale om, er torsdag den 8/5 1980 - har CBS et News Magazine, der synes at have ret vilkårlige indslag om løst og fast a la "Landet rundt". Indslagene er dog betydelig længere.

Emner er dele-forældre, helten i den pt. mest populære serie i USA (Dallas) og et moderne center for behandling af brandsår. Det er CBS, der har Dallas-serien. Indslaget virker altså som reklame for denne serie.

Omkring disse emner opstår følgende programstruktur:

8.00: Reklame for fast food kæden McDonald og for en tivolikæde. (McDonald satser i sin reklame meget på børn. Det er således klart, at annoncørerne regner med, at børnene stadig er ved skærmen) - 8.01: teknisk uheld - 8.06: Redaktionelt indslag om dele-forældre - 8.17: reklamer for kattermad, afføringsmiddel, rengøringsmiddel og hundemad - 8.20: redaktionelt indslag om en skuespiller - 8.34: reklamer for dessertgele (Jelly), madolie og tomater på dåse. Reklame for aftenens "special", for den faste krimiserie, der kører hver aften (Streets of San Francisco), for fredagens "late show" (den sene film) og for aftenens anden "special". - 8.37: redaktionelt indslag om behandlingscenter for brandsår - 8.50: reklamer for hundemad, kattermad, pletrensemiddel og et appelsinmærke. Opfordring til at se programmet næste 1. torsdag. Reklamer for ost, luftrenseblok, morgenmad og hundemad. Oplysning om, at udsendelsen var "sponsored by" en dyremadsproducent - 8.55: afspilning af programmet. Reklamer for aftenens special-, eftermiddagens film (den tidlige film) - 8.56: newsbreak. Redaktionelt indslag fra kanal 3 med omtale af Tito's begravelse, den nye udenrigsminister, Pavens besøg i Afrika, et togheld, en dom for røveri. Oplæseren er en kvinde - 8.59: reklame for dagens eftermiddagsfilm, reklame for at give penge til bekæmpelse af kræft. Redaktionelt indslag med vejrudsigt.

Hvis vi trækker tiden for det tekniske uheld fra, varer udsendelsen 51 minutter. Der er 3 redaktionelle blokke, der varer 39 minutter og 4 reklameindslag, der varer 12 minutter eller 24% af tiden. Hertil kommer en kombineret afspilning og programreklame.

De redaktionelle blokke er 11, 14 og 13 minutter lange og behandler emnerne forholdsvis grundigt. I alt har der til nu været 18 redaktionelle blokke.

Med de 4 reklameindslag med 17 reklamer er vi oppe på i alt 18 reklameblokke og 50 reklamer. I May Magazine varer reklameblokkene gennemsnitlig 3 minutter. Den korteste er 1 minut og den længste 5 minutter. De enkelte reklamer har gennemsnitlig en varighed på 42 sekunder. Reklamernes indhold er så småt ved at indstille sig på formiddagens publikum af hjemmearbejdende husmødre og ældre mennesker.

9.00: Donahue er et såkaldt talk show. Et kæmpepublikum er forsamlet. Hævet op over publikum på en platform sidder et offer, som oftest en kendt, indflydelsesrig person. Der kan, hvis emnet betinger det, være tale om almindelige mennesker, der i så fald blot sidder på en art scene. Donahue - en ældre hvidhåret sympatisk mand - interviewer ofrene grundigt og som oftest ganske kritisk. Der er normalt tale om både spændende - til dels kontroversielle - emner og mennesker. Publikum kan stille spørgsmål, og seerne kan ringe spørgsmål ind. Dagens emne er "surrogate mothers", det vil sige kvinder, der mod betaling føder børn til barnløse ægtepar. Dagen efter skal den konservative økonomi-nobelprisvinder Milton Friedmann interviewes.

9.00: Udsendelsen starter lige på emnet uden introduktion. Først sidst i indslaget introduceres udsendelsen og dens indhold - 9.15: reklamer for en "tæppeopfrisker", der fjerner lugte fra gulvtæppet, kaffe og et "gulvvaskeapparat" - 9.17: programmet fortsætter - 9.24: reklame for frosset kalkun, køleskab, et vandforbedringsmiddel og et lokalt stormagasin - 9.27: repetition af hvad der er sket i programmet. Fornyet præsentation af deltagerne - 9.38: reklamer for mandsparykker, et lokalt havecenter, storkøb af kød (lokalt) og for lokal golfbane - 9.41: programmet fortsætter - 9.45: lokalt gulvtæppeudsalg, bank, øjen-make up-spejl med angivelse af lokal forhandler og ketchup - 9.47: programmet fortsætter - 9.55: reklame for opsparingskonto i bank, badeværelse, rengøringsmiddel, tilsætningsmiddel ved tøjvask til "opfriskning" af tøjet og et gulvmateriale. Desuden reklameres for, at en udskrift af programmets tekst kan købes - 9.55: afspilning af programmet - 9.56: reklame for bil og isenkramkæde. Annoncering af næste gæst. Indslag om støtte til Røde Kors og om handicappedes rettigheder ved ansættelse (formodentlig ubetalte indslag). Reklame for fødevarekæde, gulvmoppe, lokal isenkrammer og en ketchup. Reklame for eftermiddagens film.

Programmet varer en fuld time. Der er 6 redaktionelle indslag på 1, 4, 6, 7, 11 og 15 minutter i alt 44 minutter med en gennemsnitlig varighed pr. indslag på 7 minutter og 20 sekunder. Der er 16 minutter eller 27% reklamer fordelt på 6 blokke og i alt 28 reklamer. Blokkenes gennemsnitlige varighed er på 2 minutter og 40 sekunder. De varer enten 2, 3 eller 4 minutter. Hver reklame varer i gennemsnit 34 sekunder. Reklamerne har et tydeligt lokalt præg enten i form af

rene lokale annoncer eller i form af en lokal krølle fx med angivelse af salgssted. Det er vanskeligt at sige noget om, hvem seerne er, eller hvem annoncørerne formoder, det er. Måske de mange studenter?

Klokken er nu 10. Siden klokken 6 har vi set 4 reelle udsendelser delt op på 24 blokke og med 24 reklameblokke i med i alt 78 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 3 timer og 7 minutter. Reklamerne har varet 53 minutter. Reklamen har optaget 22% af den samlede sendetid.

10.00: The price is right er en af de traditionelle præmiegættekonkurrencer, der har underholdt eller har sigtet mod at underholde USA's hjemmearbejdende husmødre lige så længe, som der har eksisteret amerikansk tv.

I det konkrete tilfælde udtrækkes mellem publikum deltagere til et panel på 5, der skal gætte prisen på et produkt, der vises. Det kan være bogreoler, køleskab, cykel o.l. Den, der kommer tættest på den rigtige pris, får varen og går videre til en konkurrence om en langt større præmie, hvor biler hører til det mest populære. Disse konkurrencer varierer i form, men har alle en relation til produktets pris.

Mellem de, der vinder disse konkurrencer, er der senere yderligere konkurrencer med store præmier. Tabere ser man ikke mere til.

Gennem præsentationen af varerne, der er præmier, blandes reklame og redaktionelt program fuldstændigt sammen. En mandsstemme præsenterer, medens "lækre" make-uppede blondiner snor sig omkring produktet. Publikum og deltagere er i en hysterisk tilstand. Der råbes, skrives, købes, kyskes og støjes.

10.00: Programmet begynder lige på og hårdt - 10.07: reklamer for margarine og en ost - 10.09: programmet fortsætter - 10.13: reklamer for chokolade, hundemad, stormagasinkæde, færdiglavet kinesisk mad - 10.16: programmet fortsætter - 10.20: reklamer for hårplejemiddel, jordbær, madras, servietter - 10.22: programmet fortsætter - 10.25: reklamer for snack, babypudder - 10.26: programmet fortsætter - 10.29: reklame for aftenens film. Reklamer for stormagasinet og for lokalt kød storkøb. Reklame for det lokale nyhedsprograms vejrudsigt - 10.31: programmet fortsætter - 10.35: reklamer for tæpperensmiddel og lugteblok - 10.36: programmet fortsætter - 10.41: reklamer for hundemad, babypudder, bleer, for brug af telefon - 10.44: programmet fortsætter - 10.46: reklame for tandpasta, madolie og pølser. Generel reklame for CBS - 10.49: program fortsætter - 10.55: reklamer for færdig kinesisk mad, kjoler hos stormagasinkæde, beholder til drikkevarer - 10.57: program slutter - 10.58: reklame for aftenens film - reklamer for fødevarer og barbequesovs. Reklame for CBS og kanal 3's nyhedsudsendelser.

Med quiz-programmerne er man nået længst i retning af sammensmeltning af redaktionelt indhold og reklame, dels gennem reklamen i det redaktionelle indhold og i dette indholds kredsen om varer, ting og priser, dels gennem opdeling af 60

minutters udsendelse i 20 blokke, 10 redaktionelle og 10 reklameblokke.

De 10 redaktionelle blokke varer 39 minutter og de 10 reklameblokke 21 minutter.

Det gennemsnitlige redaktionelle indslag varer 3 minutter og 54 sekunder. Det længste varer 7 minutter, det korteste 1 minut.

De 21 minutters reklame udgør 35% af sendetiden og rummer 28 reklamer. Den gennemsnitlige reklameblok varer 2 minutter og 6 sekunder. Den længste er 3 minutter, den korteste 1 minut. De enkelte reklamer varer i gennemsnit 45 sekunder medregnet tiden til programreklamer.

Klokken er 11. I alt har vi nu set fjernsyn i 5 timer og set 5 udsendelser delt op på 34 redaktionelle blokke og 34 reklameblokke med i alt 106 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 3 timer og 46 minutter og reklamerne 1 time og 4 minutter. Reklamen har optaget 21% af den samlede sendetid.

11.00: The Young and the Restless er en day-time soap opera. Det vil sige en dramatisk serie, der fortsætter over lang tid, som oftest flere år, og som er beregnet til at blive set af ældre mennesker og hjemmearbejdende husmødre. Disse soaps er karakteriserede ved at være en slags filmede hørespil. De består af personnærbilleder i dagligstuer og med meget lidt ydre behandling. De er melodramatiske og handler om følelser, først og fremmest kærlighed, kærlighedsforviklinger m.m. Normalt er der flere - sammenfildrede - parallelle handlinger, som der skiftes imellem. Der er ingen resumé eller lignende. Det forudsættes, at man følger dagligt med og/eller kender personerne så godt, at det ikke er afgørende, om man har set den foregående episode. Flere af de store aviser bringer i øvrigt ugentlige resumeer af the soaps, og der udgives hver uge til salg over hele landet en publikation af omfang som Det Bedste med resumeer af ugens soaps.

11.00: Umiddelbart efter den sidste reklame i den foregående udsendelse er handlingen i gang. Først efter 5 minutter kommer en traditionel programpræsentation - 11.06: reklamer for Pepsi Cola og menstruationstamponer - 11.08: program fortsætter - 11.14: reklamer for hudirritationsmiddel, vaskemiddel, margarine. Reklame for aftenens film - 11.16: program fortsætter - 11.21: reklamer for bleer, madindpakningspapir og et tandpoleringsmiddel. Reklame for aftenens film - 11.23: programmet fortsætter - 11.24: reklamer for madolie, kjoler i stormagasinkæde, curlere. Løfte om, at programmet vil fortsætte. Reklame for aftenens film. Reklamer for lokalt havecenter, lokal guldsmed og et særligt tilbud i de lokale afdelinger af en fast food kæde. Reklame for eftermiddagens film - 11.32: programmet fortsætter - 11.37: reklame for pølser, køkkenruller og en hundemad - 11.39: program fortsætter - 11.45: reklamer for ost, juice og ketchup - 11.47: programmet fortsætter - 11.52: reklamer for dessertgele, ris og peanutmør. Reklame for hovedpunkter i fredagens program og for CBS's



nyhedsudsendelser - 11.54: program fortsætter - 11.57: reklamer for afmagringsmiddel, hudcreme og et pølsemærke - 11.58: afspilning og opfordring til at se mere - 11.59: reklame for CBS. Reklamer for tilsætningsmiddel til vaskevandet og for lokal vinduesreparatør.

Day time soap har ældre mennesker og kvinder, der arbejder hjemme, som publikum. Det afspejler sig både kvantitativt og kvalitativt i reklamen. I alt er programtiden splittet op i 18 blokke fordelt på 9 redaktionelle og 9 reklameblokke.

De 9 redaktionelle blokke varer i alt 45 minutter svarende til en gennemsnitlig varighed på 5 minutter. Den længste blok er 8 minutter, de fleste er 5-6 minutter, enkelte er på 3 minutter og en på 1 minut.

De 9 reklameblokke med i alt 28 reklamer varer 15 minutter svarende til 25% af sendetiden. Den enkelte blok varer 1 minut og 40 sekunder i gennemsnit. Der er blokke på 1, 2 og 3 minutter. Det enkelte indslag varer gennemsnitlig i 32 sekunder.

Klokken er nu 12. På 6 timer har vi set 6 udsendelser delt op på 43 redaktionelle blokke og 43 reklameblokke med i alt 134 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 4 timer og 31 minutter og reklamerne 1 time og 19 minutter. Reklamerne har optaget 22% af den samlede sendetid.

- 12.00: Local News. De lokale nyheder produceres og sendes af kanal 3 selv og ses især i et område med centrum i Urbana-Champaign svarende til Fyn med Odense som centrum. Nyhedsprogrammet præsenteres. Den kvindelige oplæser giver nogle overskrifter på de kommende nyheder.
- 12.02: Reklame for eftermiddagens film.  
Reklame for middel mod skadedyr i majs.
- 12.03: Ligene af de døde amerikanere fra gidselaktionen i Iran er på vej til USA. Besættelsen af den franske ambassade i London, Titos død, resultater fra primærvalg, husrenten i Illinois, børskurser og overskrifter på de næste nyheder. Rapport fra kvindelig reporter over dagens bevægelser i landbrugspriserne.
- 12.10: Reklamer for tyggegummi og for et traktormærke.
- 12.11: Fortsat redegørelse for udviklingen i landbrugspriserne.
- 12.12: Reklame for bil.  
Reklame for næste dags Donahue show.
- 12.14: Inflationens betydning for Illinois-farmerne. Budgetvedtagelse i byrådet, ny skolelov vedtaget for Illinois, finansielle vanskeligheder i Illinois' skattedepartement. Vejrudsigten ved en kvindelig meteorolog.
- 12.19: Reklamer for græsslåmaskiner, for soya-såsåed, fast food kæde og lokal guldsmed.
- 12.21: Det cubanske flygtningeproblem, en lokal brand, strejke i Illinois luftfartselskab, frivillige bøddler fornyet i Illinois, brug af telefon på mors dag, lokal atomreaktor, fængselsoprør i nabostat, udnævnelse af ny USA-ambassadør, gidslerne i Iran og israelsk raid ind i Libanon. Reklame for den efterfølgende udsendelse.
- 12.27: Reklame for fast food kæde. Reklame for eftermiddagens film. Lokalt salgssteder. Reklame for eftermiddagens film.

De lokale nyheder består af meget lokalt stof forstået både som stof fra lokalområdet og fra staten, men også nationalt stof. Annonceringen i nyhederne er som hovedregel helt lokal. Ofte nævnes det, at "this part of the news" eller "this part of the wetherforecast" "is brought to you by xyz".

Programmet er stærkt opdelt af hensyn til placeringen af reklamerne. Den halve time er opdelt på 5 redaktionelle blokke og 5 reklameblokke.

De 5 redaktionelle blokke varer 22 minutter. I gennemsnit varer en blok 4 minutter og 24 sekunder. Blokkene er 1, 2, 5, 6 og 8 minutter lange. Tempoet i oplæsningen er ekstremt højt, og der levnes kun kort tid til det enkelte indslag. I alt bringes 24 indslag + forannoncering af de kommende indslag på 22 minutter. Det er klart, at der bliver tale om punktnyheder uden sammenhæng.

De 5 reklameblokke varer 8 minutter. I gennemsnit varer en blok 1 minut og 36 sekunder. Blokkene er 1, 1, 1, 2 og 3 minutter lange. Der bringes i alt 12 reklamer, svarende til en gennemsnitlig længde på 44 sekunder inklusive tiden til annoncering af programmer. Tidsstrukturen i reklamerne ligner altså strukturen i nyhederne.

Klokken er nu 12.30. På  $6\frac{1}{2}$  time har vi set 7 udsendelser delt op på 48 redaktionelle blokke og 48 reklameblokke med i alt 136 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 4 timer og 53 minutter og reklamerne 1 time og 27 minutter. Reklamen har optaget 22% af den samlede sendetid.

12.30: Search for Tomorrow. Fra sidste punkt i nyhedsudsendelsen går vi uden pause eller markering direkte ind i en handling i form af en dramatisk afhøring. Efter 3 minutter præsenteres programmet (spekere findes ikke) og i fortsættelse heraf, får vi at vide, at det er "brought to you by" x tandpasta. En ny soap er i gang med de samme karakteristika som omtalt klokken 11 for The Young and the Restless: dramatisk indtil det melodramatiske, stereotyp, nærbilleder, dagligstuekulisser, filmet hørespil, spring mellem parallelle handlinger forskellige steder, billigt at lave. Hertil kommer et element af krimi.

12.30: Programmet starter og præsenteres - 12.33: reklamer for tandpasta og bonevoks - 12.35: programmet fortsætter - 12.39: reklame for tandpasta (samme som før) og kaffe - 12.40: programmet fortsætter - 12.45: reklamer for vaskemiddel og mundskyllemiddel samt besked om, at anden del af programmet bringes af en deodorant - 12.47: programmet fortsætter - 12.50: reklamer for hårvask- og vaskemiddel. Reklame for CBS's nyhedsprogrammer - 12.52: programmet fortsætter - 12.57: reklame for fedtstof, rengøringsmiddel, velgørenhed og vin. Reklame for aftenens og fredagens programmer.

Den halve times soap-opera underholdning er splittet op i 5 redaktionelle blokke og 5 reklameblokke. Der skiftes som i nyhedsudsendelsen så at sige scene 9 gange mellem blokke af en gennemsnitlig varighed på 3 minutter.

De 5 redaktionelle blokke varer 20 minutter. I gennemsnit varer en blok 4 minutter. Deres længde er 3, 3, 4, 5 og 5 minutter.

De 5 reklameblokke udgør 33% af sendetiden. De varer 10 minutter, hvilket svarer til et gennemsnit på 2 minutter pr. blok. Der bringes i alt 11 reklamer med en gennemsnitlig varighed på så meget som 55 sekunder inklusive tid til annoncering af programmerne. Emnerne kredser tydeligt omkring forventningerne til et traditionelt kvindeligt publikums interesser.

Klokken er nu 13.00. På 7 timer har vi set 8 udsendelser delt op på 53 redaktionelle blokke og 53 reklameblokke med i alt 157 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 5 timer og 13 minutter og reklamerne 1 time og 37 minutter. Reklamen har optaget 23% af den samlede sendetid.

13.00: As the World Turns er dagens tredje faste daglige soapopera med nøjagtig de samme karakteristika som de 2 andre. For en, der ikke har fulgt med i de sidste par år, er det meget svært at se nogen forskel. "As the World Turns" skulle være den soap, der nogensinde har løbet længst - nemlig 12 år. Som ved andre udsendelser er den i gang med det samme. Introduktion og sponsor kommer først efter 5 minutter.

13.00: Programmet begynder - 13.05: reklame for vaskemiddel, madolie og håndsæbe - 13.07: programmet fortsætter - 13.14: reklamer for hårshampoo, jordnøddesmør, gulvvaskemiddel og vaskemiddel. Reklame for aftenens film - 13.16: programmet fortsætter - 13.22: reklamer for afføringspiller, desinfektionsmiddel, kagemix. Reklame for fredagens program, reklame for fødevarerække, reklame for aftenens film, reklame for læbestift - reklame for CBS serien M.A.S.H., der handler om feltlæger under Koreakrigen 13.26: programmet fortsætter - 13.33: reklamer for tandpasta, opvaskemiddel - 13.35: program fortsætter - 13.40: reklame for menstruationsmiddel, hovedpinepiller, ost og snacks - 13.42: program fortsætter - 13.50: opvaskemiddel, deodorant, madolie, reklame for Guiding Light (jf. kl. 14) og for CBS nyhederne - 13.52: program fortsætter - 13.57: tyggegummi, morgenmad. Afspilning af program med indlagt mundtlig reklame for herretøj og en opfordring til at se programmet igen i morgen. Reklame for røgede pølser og damestrømper, reklame for aftenens film.

Udsendelsen består af 7 redaktionelle blokke og 7 reklameblokke. De redaktionelle blokke varer 5, 5, 5, 6, 7, 7 og 8 minutter. Tilsammen 43 minutter og i gennemsnit 6 minutter og 9 sekunder. Reklameblokkene udgør 17 minutter eller 28% af tiden. De varer 2, 2, 2, 2, 2, 3 og 4 minutter svarende til et gennemsnit på 2 minutter og 26 sekunder. I alt er der 25 reklamer, der i gennemsnit varer 41 sekunder inkl. tiden til annoncering af programmer. Reklamerne er i deres emner klart rettet imod de traditionelt forventede interesser hos et gennemsnitligt publikum af hjemmearbejdende husmødre.

Klokken er nu 14. På 8 timer har vi set 9 udsendelser delt op på 60 redaktionelle blokke og 60 reklameblokke med i alt 182 reklamer. De redaktionel

le programmer har varet 5 timer og 56 minutter og reklamerne 1 time og 54 minutter. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

14.00: Guiding Light er dagens 4. soap-opera. Kommentarerne til de 3 foregående er alle gældende også i dette tilfælde.

14.00: Program begynder - 14.03: reklamer for vaskemiddel, deodorant og madolie. De to første produkter omtales som "bringing the program". - 14.05: programmet fortsætter - 14.10: reklamer for dessert-gele, legetøj, toilet-serviet og kattemad, reklame for aftenens film - 14.13: program fortsætter - 14.19: Newsbreak. CBS News. Special Report: om begivenhederne omkring den franske ambassadebesættelse i London - 14.22: reklame for TV-guide (ugentlig samlet tv-program i omfang a la Det bedste), Reklame for fødevarekæde og for læbestift. Reklamer for aftenens film - 14.24: program fortsætter. Vi får at vide, at programmet nu bringes af et opvaskemiddel og en sæbe - 14.29: reklame for opvaskemiddel, kaffe og sæbe - 14.32: program fortsætter - 14.37: reklame for Pepsi, sukker, hårplejemiddel - 14.39: programmet fortsætter - 14.46: reklamer for kage, margarine, hæfteplaster og hundemad, reklame for program om fredagen - 14.50: programmet fortsætter - 14.55: reklame for fast food-kæde og kagemix - 14.56: afspilning af program med nævnelse af de 4 sponsorer - 14.57: reklame for pizza og haveværktøj. Reklame for den kommende film.

På trods af de 3 minutters myhedsbreak varer udsendelsen som planlagt 60 minutter.

Der er 7 redaktionelle blokke og 8 reklameblokke i udsendelsen.

De 7 redaktionelle blokke varer (inklusive nyhedsudsendelsen på 3 minutter) 40 minutter. Deres varighed strækker sig fra 2 til 7 minutter. Den gennemsnitlige varighed er 5 minutter og 43 sekunder.

De 8 reklameblokke varer (inkl. programannonceringer) 20 minutter. Den gennemsnitlige varighed er 2 minutter og 30 sekunder. Der bringes i alt 23 annoncer, der i gennemsnit varer 53 sekunder. Det bemærkes, at der er meget programannoncering indlagt. Reklamerne er stadig klart rettet mod de hjemmearbejdende husmødre.

Klokken er nu 15.00. På 9 timer har vi set 10 udsendelser delt op på 67 blokke og med 68 reklameblokke med i alt 195 annoncer. De redaktionelle programmer har varet 6 timer og 36 minutter, og reklamerne har varet 2 timer og 14 minutter. Reklamen har optaget 25% af den samlede sendetid.

15.00: The Early Show eller eftermiddagens film køres ofte i temaer, således at der én uge er fx lutter cow-boyfilm. Eftermiddagsfilmene er som regel ældre film. I dag er det Cappas: "State of the Union" med Spencer Tracy og Audry Hepbourn.

15.00: Reklamer for fødevarekæde, kagemix, lokalt tilbud hos fast food kæde -

15.02: filmen begynder - 15.15: reklamer for diare-middel, Pepsi Cola, tivolikæde, marinekorpset, vejledning i opførsel i tilfælde af tornadoer (beregnet for lokalområdet) - 15.18: filmen fortsætter - 15.29: reklamer for barbequesovs, lokalt stormagasin, lokal blomsterhandler, hudplejemiddel og en bankkonto - 15.32: filmen fortsætter - 15.37: bilpolérmiddel med angivelse af lokale salgssteder, vinduesreparatør (lokal adresse), ketchup og en græsslåmaskine soft-drink og mikrobølgeovn med angivelse af lokal forhandler, reklame for velgørende organisation - 15.52: filmen fortsætter - 16.04: reklame for gulvvasker, pølse og lokal vandsengsforhandler, reklame for aftenens film - 16.07: filmen fortsætter - 16.17: reklamer for soft-drink, lim, lokalt stormagasin og et lokalt religiøst underholdningsmøde - 16.19: filmen fortsætter - 16.30: reklamer for udsalg i non-food kæde, slik, lokal pizzarestaurant og lokalt kødstorkøb - 16.32: filmen fortsætter og afspilles - 16.56: reklamer for fødevarekæde - barbequesovs - lokal tv-forhandler, reklamer for Vista (velgørenhed), brandmændenes fest i Urbana og 3 andre lokale velgørenhedsforetagender.

Her ser vi for første gang et kunstværk struktureret efter reklamens behov. 8 dele serveres filmen i, omgivet af 9 reklameblokke.

Selve filmen spiller i 94 minutter. Filmindslagene varer 5, 8, 10, 11, 11, 12, 13 og 24 minutter svarende til et gennemsnit på 10 minutter og 15 sekunder.

For at se godt 1 1/2 times film skal seeren tilbringe 2 timer foran skærmen. De 9 reklameblokke varer i alt 26 minutter fordelt på indslag på 2, 3 og 4 minutter med et gennemsnit på 2 minutter og 53 sekunder. Der vises i alt 38 reklamer, der altså i gennemsnit varer 41 sekunder inklusive tiden, der bruges på programreklame. Reklamerne har igen fået et typisk lokalt islæt.

Klokken er nu 17.00 på 11 timer har vi set 11 udsendelser delt op på 75 blokke og med 77 reklameblokke med i alt 233 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 8 timer og 10 minutter, og reklamerne har varet 2 timer og 40 minutter. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

17.00: Mary Tyler Moore Show er et familieunderholdningsprogram af den helt indholdsløse slags med indlagt latter om nogle personer på en tv-station. Dagens idé er, at nyhedsoplæseren på en lokal tv-station får den idé, at han selv vil lave teksterne lige som de store kanoner på "the networks". Det er en enkel historie i enkle indendørskulisser med stereotype personer.

17.00: Programmet starter - 17.11: reklamer for kosmetikemballage med angivelse af lokale købssteder, gulvmoppe med angivelse af lokale købssteder, lim med lokale købssteder og en softdrink - 17.13: programmet fortsætter - 17.20: reklame for softdrink, snack og fast food kæde - 17.23-17.25: afslutning og afspilning.

De 3 redaktionelle blokke varer 20 minutter (2, 7 og 11 minutter) med et gennemsnit på 6 minutter og 40 sekunder. De 2 reklameblokke med 7 reklamer varer 5 minutter (2 minutter og 30 sekunder). Hver reklame varer i gennemsnit 43 sekunder.

17.25: Close up viser hver dag en kendt person i aktion. Programmet produceres lokalt. I dag er det uddrag af en tale, som Stokey Carmicael har holdt et par dage før på University of Illinois (der ligger i lokalområdet).

17.29-

17.30: Reklamer for lokal restaurant, stormagasin-kæde og isenkramkæde, reklame for torsdagens aftenprogram.

Klokken er nu 17.30. På 11 1/2 time har vi set 13 udsendelser delt op på 79 blokke og med 80 reklameblokke med i alt 243 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 8 timer og 34 minutter, og reklamerne har varet 2 timer og 46 minutter. Reklamen har optaget 21% af den samlede sendetid.

17.30: CBS news med Walter Conkrite som "ankermann".

17.30: Rapport fra primærvalg. Alle reportere er mænd. Der transmitteres "live" fra 4 forskellige geografiske lokaliteter.

17.37: Reklame for rejsechecks og maling

17.38: En kvindelig og en mandlig reporter om de cubanske flygtninge.

17.42: Reklame for middel mod halsbrand og for et fotografiapparat.

17.43: Besættelsen af den franske ambassade i London, gidslerne i Iran, udenrigsministerens afgang, paven i Afrika.

17.50: Reklamer for kaffe og for madolie.

17.51: Bilindustriens vanskeligheder, luftfartsstrejke, resultat af Pan Am sikkerhedsundersøgelse, ulykke og børskurser.

17.55: Reklame for slankepiller og støddæmpere.

17.56: AFL/CIO ønsker anti-inflationsprogram, renteutviklingen, brand, gidslernes 189. dag.

17.58-

18.00 Reklamer for afføringsmiddel og kreditkort.

Nyhederne behandles ret grundigt i de første blokke. Afviklingen er rolig og langt roligere end i de lokale nyhedsudsendelser.

Nyhedsudsendelsen består af 5 redaktionelle blokke og 5 reklameblokke.

De 5 redaktionelle blokke varer 2, 4, 4, 7 og 7 minutter i alt 24 minutter med gennemsnitlig varighed på 4 minutter og 48 sekunder. Der er 13 nyheder, der i gennemsnit varer 1 minut og 51 sekunder med en spredning fra 7 minutter til under 1 minut.

De 4 reklameblokke varer alle 1 minut, den 5. varer 2 minutter i alt 6 minutter med et gennemsnit på 1 minut og 12 sekunder. Blokkene indeholder tilsammen 10 reklamer, der i gennemsnit varer 36 sekunder.

Klokken er nu 18.00. På 12 timer har vi set 14 udsendelser fordelt på 84 redaktionelle blokke og 85 reklameblokke med i alt 253 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 8 timer og 54 minutter, og reklamerne har varet 2 timer og 52 minutter inklusive programreklame. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

18.00: Local News, der produceres af kanal 3 selv, og især ses i et område med centrum i Urbana-Champaign.

- 18.00: Optakt og overskrift på nyheder som det viser sig ligger sent i udsendelsen.
- 18.01: Reklamer for insektbekæmpelsesmiddel til majsmarker, diamanter (med angivelse af lokal forhandler) og fast food kæde.
- 18.02: Ny Illinois lov om undervisning, bevilling til University of Illinois, problemer med tilbagebetaling af lokal skat, Urbanas budget og lokalt togheld.
- 18.06: Reklame for lokal vandsengsforhandler og for ur, med angivelse af lokal forhandler.
- 18.08: Ildebrand, oplæseren nævner, at fødevarekæde "brings this part of the news to you", budgetproblemer lokalt, borger forulempet af kommunen, efterfølgende nyheder.
- 18.11: Reklame for den fødevarekæde, der blev nævnt ovenfor.
- 18.12: Lokal senatskandidat, vandværksproblemer i stor by i udkanten af lokalområdet, problemer for landbruget på grund af vejret, efterfølgende nyheder.
- 18.15: Reklamer for selvbyggerhus, øl, frosset kalkun og en lokal haveforretning.
- 18.17: Vejret. Løfte om at vejrudsigten kommer.
- 18.19: Reklame for fast food kæde og investeringspapir.
- 18.20: Vejrudsigt og løfte om, at der kommer sport.
- 18.22: Reklame for husbukkemiddel, dessertgele og forsikringer.
- 18.23: Sport, der i høj grad er national. En del hyggesludder mellem reporterne i nyhedsstudiet.
- 18.27: Reklamer for græsslåmaskine (med angivelse af lokal forhandler), lokalt møbeludsalg og lokalt indkøbscenter.
- 18.28: Kornkurser, tidspunkt for næste udsendelse og afspilning.
- 18.29-
- 18.30: Reklamer for fast food kæder og lokal restaurant. Reklame for aftenens faste krimiserie.

De lokale nyheder er støjende og afvikles i et dræbende hurtigt tempo, hvor sporten slår alle rekorder. Det er karakteristisk, at speakerne stort set aldrig ser ned på manuskriptet og ofte småsludrer sammen om helt uvedkommende ting som ferie, vejr og personlige sportspræstationer.

Den 1/2 times nyheder består af 8 redaktionelle blokke og 8 reklameblokke.

De 8 redaktionelle blokke varer 20 minutter (fra 1 til 4 minutter pr. blok) med en gennemsnitlig varighed på 2 minutter og 30 sekunder. De indeholder 16 indslag + overskrifter m.m. svarende til 1 minut og 8 sekunder pr. indslag.

De 8 reklameblokke varer 10 minutter svarende til 33% af udsendelsen. Reklameblokkene er alle 1 og 2 minutter lange med en gennemsnitlig varighed på 1 minut og 15 sekunder. I alt er der 20 reklamer i udsendelsen med en gennemsnitlig varighed på 30 sekunder.

Klokken er nu 18.30. På 12 1/2 time har vi set 15 udsendelser fordelt på 92 blokke og med 93 reklameblokke med i alt 273 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 9 timer og 14 minutter, og reklamerne har varet 3 timer og 2 minutter inklusive programreklame. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

Vi går nu over i aftenprogrammet, der har den kommercielle og seertalsmæssige tyngde, og støder også straks på et populært program, der ugen før var det næst mest sete i USA:

18.30: M.A.S.H., der er familieunderholdning med indlagt latter. Handlingen udspiller sig i en militærlejr under Koreakrigen - hovedsagelig mellem læger - men er meget lidt krigerisk. Serien kan indeholde lettere dramatiske elementer, men det morsomme/komiske er det afgørende. Serien kan gøre venligt grin med hæren, men er absolut ikke kritisk. Humoren er grov og kynisk efter dansk målestok.

18.30: Optakt - 18.31: reklamer for insenkramkædes varer og for chips - 18.33: programmet går i gang - 18.42: reklamer for fast food kæde, non-food kæde, øl og diamanter (med angivelse af lokal forhandler) - 18.44: program fortsætter - 18.55: reklame for haveredskab (elektrisk blæser til at fjerne nyslået græs fra fliserne og blade fra bedene) og for restaurantkæde - 18.56: program fortsætter - 18.58 - 19.00: reklame for aftenens faste krimifilm, for det efterfølgende program og aftenyhederne og morgendagens første film - reklamer for ketchup og for softdrink.

Udsendelsen indeholder 4 redaktionelle blokke og 4 reklameblokke.

De 4 redaktionelle blokke varer 23 minutter (1, 2, 9 og 11 minutter) svarende til et gennemsnit på 5 minutter og 45 sekunder.

De 4 reklameblokke varer 7 minutter (inklusive programreklamen) (1, 2, 2, 3 og 3 minutter) svarende til et gennemsnit på 1 minut og 36 sekunder. Der er i alt 10 annoncer, der i gennemsnit varer 42 sekunder.

Klokken er nu 19.00. På 13 timer har vi set 16 udsendelser fordelt på 96 blokke og med 97 reklameblokke med i alt 283 annoncer. De redaktionelle programmer har været 9 timer og 37 minutter, og reklamerne har været 3 timer og 9 minutter. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

Vi går nu ind i den centrale del af den såkaldte primetime, der varer fra 19-23 med 20-22 som det helt centrale.

19.00: National Collegiate Cheerleadingship Championship er en såkaldt "CBS Special", hvilket vil sige et program, der ikke er fast programsat. Hele den foregående uge har programmet været stærkt forannonceret med optagelser fra udsendelsen.

Cheerleading (ledelse af heppekor) ved fodboldkampe er en amerikansk institution, der er stærkt organiseret, og som udøves fra det helt amatør-mæssige til det helt professionelle, hvor der er tale om en art artistiske cirkusnumre i topklasse. CBS har lavet en national konkurrence. Aftenens program er bygget op over denne konkurrences finale. Den samlede udsendelse er et gigantisk perfektionistisk amerikansk supershow med forrygende tempo, støj og enormt dygtige optrædende. Det hele ledes af en mandlig og kvindelig vært, der ser ud, som om de



er skåret ud af en reklame. Hen er en meget flot fyr og hun er supersexet påklædt "10'er". Begge mestrer desuden deres job til fuldkommenhed.

19.00: Programmet starter - 19.11: reklamer for Coca-cola, fotografiapparat og hundemad. Reklame for aftenens næste program og for lørdagens sene film -19.13: programmet fortsætter - 19.23: reklamer for Coca-cola, for at telefonere og for en hovedpinepille. Reklame for CBS' 3 topserier, reklame for haveredskab, reklame for morgendagens tidlige film, reklame for Coca-cola, der nu præsenteres som programmets sponsor -19.30: programmet fortsætter - 19.41: reklamer for Coca-cola og for en maling - 19.43: programmet fortsætter - 19.50: reklamer for Coca-cola, frugt juice, kaffemaskine, reklamer for CBS' 3 topserier, reklame for fast food kæde og lokalt møbeludsalg, reklame for kanal 3's nyhedsudsendelser, reklame for Coca-cola som programmets sponsor -19.54: programmet fortsætter - 20.06: reklamer for Coca-cola, bil, tandpasta og snack - 20.09: programmet fortsætter - 20.25: reklamer for øl, middel mod hudirritation, kaffe og hundemad - 20.27: afspilning af programmet - 20.28: reklame for CBS's 3 ledende serier - 20.29-20.30: newsbreak (Musky har aflagt ed som udenrigsminister og Patricia Hurst skal prøveløslades).

Programmets 1 1/2 time er delt op i 8 redaktionelle blokke (inklusive nyhedsindslaget) og 7 reklameblokke.

De 8 redaktionelle blokke varer i alt 69 minutter (16, 12, 11, 11, 10, 7, 1 og 1 minut) svarende til et gennemsnit på 8 minutter og 37 sekunder.

De 7 reklameblokke varer 21 minutter (7, 4, 3, 2, 2, 2, og 1 minut) svarende til et gennemsnit på 3 minutter pr. reklameblok. Der er i alt 26 reklamer svarende til en varighed pr. reklame (inklusive programreklame) på 48 sekunder, hvilket formodentlig er noget overdrevet, da programreklameindslagene er ret omfattende.

Klokken er nu 20.30. På 14 1/2 time har vi set 17 udsendelser fordelt op 104 redaktionelle blokke og 104 reklameblokke med i alt 309 reklamer. De redaktionelle programmer har været 10 timer og 40 minutter, og reklamerne har været 3 timer og 30 minutter. Reklamen har optaget 24% af den samlede sendetid.

20.30: Johnny Cash: The First 25 Years. Dette program er også en special, der går ind i stedet for faste programpunkter. Det nævnes til indledning, hvad der udgår. Programmet består i, at J.C. foran et stort publikum taler om sin fortid, synger og får besøg på scenen af kunstner venner, der siger pæne ord og giver et nummer. Det hele er ret enkelt sat op og koncentreret om den musik, som J.C. repræsenterer. Udsendelsen har et vist patetisk islæt.

20.30: Reklamer for fødevarekæde og badeværelsesrengøringsmiddel, reklame for morgendagens eftermiddagsfilm - 20.31: programmet begynder. Det indflettes, hvem der er sponsor for programmet - 20.36: reklamer for snack og "ungdomstabet" - 20.37: programmet fortsætter - 20.50: reklamer for lemonade, forsikring og morgenmad, reklame for fast CBS show - 20.52: programmet fortsætter 21.05: reklame for ost, forsikring, rosiner, reklame for film, der bringes næste uge,

reklame for lokalt religiøst show, lokalt newsbreak "bragt af" fødevarekæde som reklame for Chanel 3's nyhedsprogram, reklame for fødevarekæde, reklame for Chanel 3 news og for aftenens faste krimifilm - 21.08: programmet fortsætter - 21.18: reklame for kagemix, bil og juice, reklame for CBS's 3 store aftenserier - 21.20: programmet fortsætter - 21.28: reklamer for kaffe, lemonade og ketchup, løfte om at program fortsætter - reklame for CBS special næste uge, reklame for øl, reklame for kanal 3's nyhedsudsendelse -21.31: program fortsætter- 21.46: reklamer for luftfartsselskab og hotelkæde -21.49: programmet fortsætter - 21.54: reklamer for hårde hvidevarer, morgenmad og bil - 21.55-22.00: afspilning af program med programreklame indflettet.

Programmet, der varer 1 1/2 time, består af 8 redaktionelle blokke og 8 reklameblokke.

De 8 redaktionelle blokke varer 74 minutter (15, 13, 13, 10, 8, 5, 5 og 5 minutter) svarende til et gennemsnit på 8 minutter og 15 sekunder.

De 8 reklameblokke, der indeholder 24 reklamer, varer 16 minutter (1, 1, 1, 2, 2, 3, 3 og 3 minutter) svarende til et gennemsnit på 2 minutter og til 40 sekunder pr. reklame inklusive tiden til programreklameindslag.

Klokken er nu 22.00. På 16 timer har vi set 18 udsendelser fordelt på 112 redaktionelle og 112 reklameblokke med i alt 333 reklamer. De redaktionelle programmer har varet 11 timer og 54 minutter, og reklamerne har varet 3 timer og 46 minutter. Reklamen har udgjort 24% af den samlede sendetid.

22.00: Local News, Se klokken 12.00 og 18.00

22.00: Programmet begynder med optakt og overskrifter - 22.01: reklamer for læbestift, fødevarekæde og dæk - 22.02: Musky er nu udenrigsminister, Tito's begravelse, landsdækkende bank med lokal filial "bringer" nyhederne - 22.05: reklame for sponsorbanken - 22.06: Illinois mangler penge til skattetilbagebetaling. Saudi Arabien protesteret mod visning af film. Overskrifter på efterfølgende nyheder - 22.10: reklamer for at køre i tog, for fødevarekæde, for soyabønnefrø og for luftfartsselskab - 22.12: bilarbejderne ønsker importrestriktioner. Det lokale husmarked. Børs- og landbrugsvarekurser - 22.15: reklame for maling og pizza - 22.17: ny skolelov i Illinois. Salg af stor ejendom i Urbana. Det kommunale budget - 22.20: reklame for middel mod majsplanteorm, livsforsikring, non-food kæde og lokal blomsterforretning - 22.22: sporten. Løfte om vejrudsigt - 22.27: reklamer for lokal bilforhandler, pizza og et middel mod mælkebøtter i græsplænen - 22.29: først ballonfart tværs over USA. Vejret, som "bringes af" forsikringsselskab - 22.34: reklame for forsikringsselskabet med angivelse af lokale repræsentanter - 22.35-22.36: vejrudsigten.

Udsendelsen varer længere end programsat, nemlig 36 minutter. Disse 36 minutter rummer 8 redaktionelle blokke og 7 reklameblokke.

De 8 redaktionelle blokke varer 24 minutter (1, 1, 3, 3, 3, 4, 4 og 5 minutter) svarende til et gennemsnit på 3 minutter. Det længste indslag er sporten. Regnes sporten for en nyhed, bringes der i alt 14 nyheder svarende til 1 minut og 43 sekunder pr. nyhed. Heri indgår også optakt og overskrifter.

De 7 reklameblokke varer 12 minutter. Der er på 1 eller 2 minutter svarende

til 1 minut og 42 sekunder i gennemsnit. Der bringes i alt 18 reklamer svarende til 40 sekunder pr. reklame.

Klokken er nu 22.26: På 16 timer og 36 minutter har vi set 19 udsendelser fordelt på 120 redaktionelle blokke og 119 reklameblokke med i alt 351 reklamer. De redaktionelle blokke har varet 12 timer og 18 minutter, og reklamerne har varet 3 timer og 58 minutter. Reklamen har udgjort 24% af den samlede sendetid.

22.37: Streets of San Francisco er CBS faste krimifilm (a la Kojak, Columbus og McCloud) for tiden. Den sendes hver hverdagsaften. Filmene foregår i San Francisco. Helten er en ældre kriminalkommisær. Normalt er der et "sentimentalt" islæt, som for eksempel i aftenens film, hvor den myrdedes kone er kriminalkommissærens ungdomsforelskelse - og morderen.

22.37: Optakt - 22.38: reklamer for salatdressing, ketchup, investeringspapir og lokal tv-forhandler - 22.40 filmen begynder - 22.56: reklamer for kosmetiksæt, madolie, lokalt møbeludsalg og diamanter med angivelse af lokal forhandler - 22.58: filmen fortsætter - 23.12: reklamer for brød, middel mod mælkebøtter, lemonade, kød hos fødevarekæde, Pepsi-cola, hårvaskemiddel og fødevarekæde, reklame for næste aftenes sene film - 23.15: filmen fortsætter - 23.12: reklamer for kosmetikspejl, fast food kæde, fødevarekæde og affaldsposer - 23.25: filmen fortsætter - 23.35: reklamer for slik, lokal fødevareforretning, papirlommetørklæder, middel til meget snavsede hænder - 23.37: filmen fortsætter - 23.39: reklamer for lokalt gulvtæppeudsalg, lokalt stormagasin, lokal biografannonce og fødevarekæde - 23.42-23.43: afspilning af filmen.

Streets of San Francisco varer 1 time og 6 minutter. Den består af 7 redaktionelle blokke og 6 reklameblokke.

Selve filmen spiller i 51 minutter. Den er delt op i blokke på 1, 1, 2, 7, 10, 14 og 16 minutter svarende til et gennemsnit på 7 minutter og 17 sekunder.

De 6 reklameblokke, der nu har et tydeligt lokalt præg, varer 15 minutter og udgør altså 23% af sendetiden. De varer 2 og 3 minutter svarende til et gennemsnit på 2 minutter og 30 sekunder. Der er i alt 26 annoncer, der i gennemsnit varer 35 sekunder.

Klokken er nu 23.43. På 17 timer og 39 minutter har vi set 20 udsendelser fordelt på 127 redaktionelle blokke og 125 reklameblokke med i alt 377 reklamer. De redaktionelle blokke har varet 13 timer og 9 minutter, og reklamerne har varet 4 timer og 13 minutter. Reklamen har udgjort 24% af den samlede sendetid.

23.43: The Rookies er en fast daglig (natlig) politiserie med uniformerede betjente i storbymiljø og med en sort hovedhelt og 2 hvide bihelte. Filmene er enkle i opbygning og kulisser; de er dramatiske; skydevåben spiller en stor rolle. Der er ikke tale om spekulativt kriminalarbejde, men om mere enkle midler og med en vis plads til tilfældigheder.

23.43: Reklamer for soft drink, for lokal restaurant, for et drikkevandsforbedringsapparat (med angivelse af lokal forhandler og for tilbud i lokal forretning) - 23.44: optakt til filmen - 23.45: reklamer for lokal tømmerhandel, lokal bilforhandler, kosmetiksæt (med angivelse af lokal forhandler) og for asfalt til garageopkørsel - 23.47: Filmen begynder - 24.00: reklamer for bilpolermiddel med angivelse af lokale salgssteder og lokal restaurant - 0.02: filmen fortsætter - 0.14: reklamer for mikrobølgeovne (med angivelse af lokal forhandler, grammofonplade (med angivelse af salgssteder), lokal bilforhandler, fiskehjul, lim (med angivelse af salgssteder), ejendomsmæglerkæde og fast-food kæde - 0.18: filmen fortsætter - 0.25: reklamer for børnebilledbibel og for flise cement - 0.27: filmen fortsætter - 0.40: reklame for lokal restaurant, lokal bilforhandler og grammofonplade med angivelse af salgssteder - 0.43: afspilning.

Filmen varer en time og består af 6 redaktionelle blokke og 6 reklameblokke.

De 6 redaktionelle blokke varer 47 minutter (1, 1, 7, 12, 13 og 13 minutter) svarende til 7 minutter og 50 sekunder i gennemsnit.

Reklamerne, der nu har et klart lokalt præg, varer i 13 minutter svarende til 22% af udsendelsen. De varer 1, 2, 2, 2, 2 og 4 minutter svarende til et gennemsnit på 2 minutter og 10 sekunder pr. blok. I alt vises 22 reklamer svarende til en gennemsnitlig varighed på 35 sekunder.

Klokken er nu 0.43. På 18 timer og 39 minutter har vi set 21 udsendelser fordelt på 133 redaktionelle blokke og 131 reklameblokke med i alt 399 reklamer. De redaktionelle blokke har været 13 timer og 56 minutter, og reklamerne har været 4 timer og 26 minutter. Den gennemsnitlige varighed for en redaktionel blok har været 6 minutter og 17 sekunder og for en reklameblok 2 minutter og 2 sekunder og for en enkelt reklame 40 sekunder inklusive tid til programreklame. Reklamen har udgjort 24%.