

for, hvordan hukommelsesarbejdet generelt fungerer i serien. Den er jo tydeligvis anlagt på den måde, at en begivenhed som nævnt skildres i en fortidig modus, hvorefter den samme begivenhed dukker op senere i form af virtuel hukommelse. Altså at noget anlægges som fremtidig hukommelse, for derefter senere faktisk at blive vækket. Eksempelvis den måde Simonfamiliens hus langsomt tømmes for mennesker og liv, og hvor personer igen og igen kommer tilbage i huset og vækker erindringen om det, der var.

Hukommelseslogikken i denne konstruktion er vanskelig at udrede. Der er både noget perfekt og lukket over dette kredsløb, men samtidig også noget lunefuldt jvf. linsens tilsyneladende tilfældige refleksion af farver eller s/h.

Glemslen spiller også en rolle. Nogen af personerne glemmes helt (Klärchen, Apollonia) dvs. det gør de ikke. De bliver blot aldrig synligt antydet mere, for der er ingen spor af dem. Robert, som dør i Rusland forbliver halvskjult. Blandt de døde ligger der en mørk skygge over hans ansigt, og på gravstenen er hans navn forsvundet i blomsterne. Egentlig er det denne vekslende grad af virtualitet i billederne, som spinder den tråd, vi instinktivt kan følge, men vanskeligt forklare.

#### NOTER

1. E. Reitz: "Synligt. Usynligt". i Chaplin nr. 202, 1986.
2. M. Merleau-Ponty: Le visible et l'invisible, Paris 1964.  
(Citatet her i P. Å. Brandts oversættelse i Tegn.)
3. E. Reitz & P. Steinbach: Heimat. Eine deutsche Chronik. Nördlingen 1985.

Niels-Aage Nielsen er konsulent i Danmarks Radios medieforskningsafdeling.

# Programfladens æstetik

## EN ANALYSE AF KANAL 2 OG WEEKEND TV

Af Stig Hjarvard og Henrik Søndergaard

*Programmer fordeler sig i genrer, som har mange fællestræk. Film ligner film, nyhedsudsendelser nyhedsudsendelser, rundbordsamtaler rundbordssamtaler, o. s. v. på det overordnede plan. Når tv-stationer forsøger at markere sig i forhold til hinanden, er dette derfor ikke særlig tydeligt på enkelt-programniveauet, først når programfladen tages op til analyse bliver profilen markant. Det er på denne baggrund at Stig Hjarvard og Henrik Søndergaard i artikelen analyserer æstetikken i Kanal 2's og Weekend TV's programflader. Programfladeanalysen er ny i den danske Medieforskning.*

Kort før sommeren 1985, da Weekend TV (WTV) havde sendt i knapt et halvt år, holdt stationens bestyrelse møde.

Bestyrelsens budskab til stationslederen Hans Morten Rubin var meget klart: WTV skulle gennem en kraftig foryngelseskur; det kunne simpelthen ikke gå, at WTV "lignede en dårlig udgave af Danmarks Radio".

Og Hans Morten Rubin gjorde faktisk noget ved det. Han nøjedes ikke med småjusteringer af enkelte programmer, men efter sommerferien præsenterede han en markant anden sendeflade, der fik seertallene til at stige. Det var også nødvendigt, hvis WTV skulle gøre sig håb om at opfylde sin mission som politisk murbrækker for såvel reklamefinansiering som et TV-2. Som politisk pressionsinstrument skulle stationen gøre sig synlig i den offentlige debat, og det krævede både et image af noget nyt og anderledes TV og høje seertal.

Seertal er faktisk gået hen og blevet en betydelig faktor i tv-konkurrencen i Danmark, hvilket bl.a. betyder, at seerundersøgelser nu ikke er offentligt tilgængelige, men forretningshemmeligheder. Berlingske Tidende har endog kunnet referere, at Jens Jordan og Hans Morten Rubin fra WTV på et tidspunkt havde indkaldt direktøren for analyseinstituttet AIM og krævet, at AIM gjorde

sine konklusioner på de nyeste seertal mere positive. Det bestrider Jens Jordan dog.<sup>1)</sup>

Den anden store københavnske TV-station, Kanal 2 (K2), adskiller sig på nogle punkter fra WTV: For det første er K2 pga. decoder-salg mindre afhængig af en politisk beslutning, der tillader reklamefinansiering, skønt man bestemt ikke har noget imod at få mulighed for at sende reklamer i TV. Men dekodersalget (og dermed også seertallet) har også en politisk funktion for K2. Hvis kanalen skal sikre sig politisk mulighed for at fortsætte efter forsøgsperioden, er størrelsen af dekodersalget vigtigt; for hvem vil lukke en tv-station, som allerede har solgt titusindvis af dekoder?

For det andet adskiller K2 sig fra WTV ved allerede fra starten at have etableret en markant anderledes TV-profil end Danmarks Radio. Noget, der bl.a. skyldes, at man ikke som WTV havde købt så mange medarbejdere fra DR, og dermed var mindre "belastet" af rutiner derfra, men også at K2 allerede havde nogle erfaringer fra tv-baronens københavnske radiostation The Voice, som netop havde slået sig op på et image af at være ung og anderledes.

Hvad man nu iøvrigt kan mene om de to private københavnerkanaler - om deres programmer, om deres økonomiske og politiske motiver, og om den fede gossip, som kanalerne ikke uden bevidst styring har omgivet sig med, og som både dagspressen og ugebladene har grebet med kyshånd - så er netop disse to kanaler det første bud på, hvordan privatejet/kommercielt TV i dansk udformning ser ud. Hvor man tidligere har måttet trække på udenlandske erfaringer, har vi faktisk her to eksempler på, hvad dansk (WTV/bl.a. Nordisk Film) og multinational (K2/Esselte) mediekapital vil byde på, når de får mulighed for at lave TV i Danmark.

Samtidig siger den tydelige ungdomsappel i begge kanaler måske også noget om de audio-visuelle smagsløg hos den generation, som udgør det fremtidige danske tv-publikum. Af de få seerundersøgelser, som vi har kunne få mulighed for at se, fremgår det, at K2's publikum er lidt yngre end WTV's seere, men både K2' og WTV's publikum har sin tyngde i den yngre halvdel af befolkningen. Det er

# Den 23. december får Danmarks Radio en lillebror.



Lillejuleaften går vi i luften med premieren på Danmarks nye weekend-TV. Og hermed får 1,3 mill. mennesker mulighed for at se det første alternative weekend-TV i Storkøbenhavn. Vi vil sende nyheder, film, teater, musik, sport, quiz'er, børne-TV, lokaludsendelser og

meget andet underholdende og engagerende TV.

Vi starter lillejuleaften, sender igen 1. og 2. juledag, lille-nytårsaften og nytårsdag. Se TV-programmerne i aviser og ugeblade. Og i 1985 er vi på skærmen hver eneste fredag, lørdag og søndag. Og på alle

helligdage. På gensyn på UHF kanal 53 og 56!

*week  
end tv*

**PS.** Vi sender foreløbig gratis. Og det vil tidligst koste noget at se weekend-TV fra efteråret 85.

Snarere national voksetrang end lokale bindinger har præget det nye Københavner-kanaler. Søndagsavisen/City 16. december 1984.

måske overraskende, at de ældre, som generelt er storkonsumenter af TV, ikke bruger K2/WTV i så høj grad, men derimod udviser stor loyalitet over for DR. Det kan tilføjes, at meget tyder på, at kanalernes kærneselere skal søges uden for selve København i de store omegnskommuner.

### Programfldeprofiler

"Efter vor opfattelse skal det TV-apparat, som de fleste af os har stående i stuen, give mulighed for uforpligtende og afslappende underholdning. Ikke kun en sjælden gang eller om lørdagen, men hver dag i ugen" (fra Kanal 2's reklamehæfte)

Både WTV og K2 har præsenteret seerne for en ny slags fjernsyn, der peger ud over de mere amatørprægede forsøg, som er blevet til under den gældende forsøgsordning med nærradio og lokal-tv. Begge kanaler har villet lave "rigtigt fjernsyn", ikke som blot et lokalt supplement til DR, men snarere som konkrete bud på et egentligt tv-2 til godt en million seere i hovedstadsområdet. Det drejer det sig altså om meget ambitiøse projekter, som tager konkurrencen med DR om seerne alvorligt, og som derfor programpolitisk går egne og til dels nye veje. De æstetiske nyskabelser i WTV og K2 kommer imidlertid ikke til udtryk i grundlæggende nye programtyper, men er først og fremmest frembragt ved at imitere nogle af de udtryksformer, som i dag kendes fra kommercielt fjernsyn i udlandet (her især amerikansk tv) og fra DR (her især DR's underholdningsafdeling). Hverken de udenlandske eller de hjemlige forbilleder kan uden videre imiteres, men må "tilpasses" de vilkår, som kanalerne arbejder under, nemlig dels nogle trods alt relativt snævre økonomiske og tekniske rammer, dels en (endnu) noget urutineret programproduktion og -afvikling, og dels forsøgsordningens krav om, at der skal sendes lokalt fjernsyn.

Den professionelle, kommercielle stil ses umiddelbart i kanalernes indkøbte serier og film, som dækker godt halvdelen af sendefladen, mens egenproduktionerne har et mere amatørermæssigt præg, som viser vanskelighederne med at håndtere den "strømlinede" professionalisme. De æstetiske brud, som opstår på denne måde, er tydeligere på K2 end på WTV, hvilket bl.a. hænger sammen med, at K2 har et relativt uøvet personale, mens WTV har kunnet drage

fordel af at overtage medarbejdere fra DR. Disse brud mellem professionalismisme i international stil og lokal-præget amatørisme udgør, tilsigtet eller ej, en integral del af kanalernes æstetiske form, især på K2, men også på WTV.

Det "nye", som kanalerne tilbyder, er dog, som nævnt, ikke først og fremmest andre programtyper, end dem der kendes fra DR, men især en i dansk sammenhæng ny programsammensætning (sendeflade), som på mange måder ligner kommercielt tv's programflade, bortset fra, at kanalerne ikke bringer reklamer (på reklamernes plads optræder til gengæld indslag, der fungerer som "self-promotion"). De nye kanaler har tydeligvis forstået, at konkurrencen med DR om seerne ikke udspilles omkring enkelte programmer, omkring deres evt. særlige appel, men drejer sig om hele programfladen, som tegner den profil, det image, der skal "sælge", da det set med kanalernes øjen netop ikke er nok kun at opnå høje seertal på nogle få attraktive programmer.

Vores undersøgelse af "det æstetiske" i forbindelse med K2 og WTV tager derfor udgangspunkt i deres programudbud, som vi i to perioder á 2 måneder har kortlagt på baggrund af nogle relativt grove programkategorier, hvis procentvise fordeling kan ses som udtryk for bestemte programfladeprofiler (Se skemaet). Da registrering af kanalernes profiler ikke i sig selv har synerlig forklaringsværdi, men må måles i forhold til andre tv-typer, har vi som sammenligningsgrundlag valgt yderpunkterne i det eksisterende tv-landskab, nemlig hhv. nordisk offentlig-retsligt fjernsyn og amerikansk kommercielt network-tv.<sup>2)</sup>

Programfordelingen i nordisk og amerikansk tv er anført i skemaet, og selvom oplysningerne, som stammer fra Morten Giersings "Nordic TV- between paternalism and commercialism", ikke er up-to-date, men er fra slutningen af 1970'erne, viser de en signifikant forskel mht. programfladeprofil, som ikke har ændret sig væsentligt, nemlig forskellen mellem hhv. en "public service"-profil og en kommerciel profil.

"Public service"-profilen, som kendes fra bl.a. DR, og som er funderet på (kultur)politisk styring, kommer ved en kvantitativ

## PROGRAMFLADEPROFILER FOR NORDISK TV, US-NETWORK-TV, KANAL 2 OG WEEKEND TV

	Nordisk TV	US-network-TV	Weekend TV (forår 85)	Kanal 2 (forår 85)	Weekend TV (vinter 86)	Kanal 2 (vinter 86)
1. Nyheder, offentlige spørgsmål	32%	15%	22%	19%	15%	8%
2. Uddannelse, kunst, musik mv.	16%	3%	20%	7%	6%	5%
3. Børneprogrammer	12%	4%	6%	2%	4%	1%
4. Drama: Spil, serier, føljeton	13%	17%	27%	19%	21%	6%
5. Film	8%	18%	12%	24%	9%	35%
6. Underholdning	7%	24%	8%	41%	41%	43%
7. Sport	12%	5%	5%	1%	4%	2%
8. Reklamer	0%	14%	0%	0%	0%	0%

(I uge 2-9 1986 var den gennemsnitlige sendetid pr. dag 5 timer og 8 minutter på Weekend TV mod 8 timer og 33 minutter på Kanal 2; i samme periode udgjorde egenproduktionen 38% på Weekend TV og 49% på Kanal 2; genudsendelser udgjorde på Weekend TV 20% af sendetiden mod 13% på Kanal 2).

Tallene for nordisk TV og amerikansk network-tv stammer fra Morten Giersing: "Nordic TV - between paternalism and commercialism", AIL nr. 132, Kbh. 1982, mens tallene for Week-end TV og Kanal 2 er vores egne beregninger. Alle tal er afrundede.

betragtning til udtryk i, at aktualitets-, kultur- og børneprogrammer til sammen udgør mere end halvdelen af det samlede programudbud, mens omvendt den kommercielle profil, udviklet med henblik på at opnå flest mulige seere, viser sig ved, at størstedelen af programfladen består af underholdende programmer, dvs. kategorierne drama (der bl.a. omfatter serier og tv-spil), film og underholdning (show, quiz m.v.). De kategorier, der ligger til grund for sondringen mellem de to profiler, er dog ikke entydige, ligeså lidt som de er indeks for, hvordan forskellige programtyper faktisk recipieres (fx. kan et informativt program meget vel anvendes som underholdning af seerne). Kategorierne kan ligeledes heller ikke sige sig fri for at have indbygget en normativ/fordomsfuld raster; men trods dette kan de anvendes deskriptivt til en første grovsortering af programmerne.

Af tallene fra den første registreringsperiode (forår 1985), fremgår det, at WTV placerer sig mellem en "public service" og en kommerciel programfladeprofil, mens K2 mere entydigt har kommerciel profil. Begge har en relativt stor andel af underholdende programmer (hhv. 47 og 71%), som samtidig iflg. seermålinger, som kanalerne har ladet udføre, udgør den type programmer, som tiltrækker det største publikum.

Det skal bemærkes, at underholdningsprogrammerne på begge kanaler i denne periode, dvs. foråret '85, næsten udelukkende består af angloamerikanske film, serier og musikvideoer. Det skyldes til dels, at det er langt dyrere at producere egne underholdningsprogrammer end nyheds- og kulturprogrammer, og at det er let at inddrage lokalstof i især nyhedsprogrammer. Begge kanaler er, som bekendt, underlagt en bestemmelse om, at mindst halvdelen af sendefladen skal bestå af "lokale" produktioner, og da det i praksis fungerer som et minimumskrav til egenproduktionens størrelse (!), virker det i et vist omfang begrænsende for, hvor mange fremmedproducerede underholdningsprogrammer der kan vises. Når kanalerne, som det fremgår af skemaet, har øget andelen af underholdningsprogrammer i løbet af 1985, uden at reducere egenproduktionens andel, beror det på, at de selv har produceret underholdningsprogrammer, ikke egentlige fiktionsprogrammer, men primært studieudsendelser, som kombinerer underholdende og journalistisk indslag.



Sammenlignes programfladeprofilerne for kanalerne i hhv. foråret '85 og vinteren '86, iagttages nogle ganske betydelige ændringer, især mht. WTV, men også hvad angår K2, idet begge kanaler, som nævnt, procentvist har øget andelen af underholdningsprogrammer, til hhv. 71% og 84%, hvilket er mere, end hvad selv amerikansk network-tv præsterer. Denne udvikling har imidlertid ikke ændret afgørende på forholdet mellem de to kanaler - WTV er stadig den mest "public-service"-agtige - men bag tallene skjuler der sig imidlertid flere forhold, som må tages i betragtning, når udviklingen skal vurderes.

Mht. K2 beror ændringen primært på tilkomsten af det nye program "Morgenflimmer", der sendes mellem kl. 6 og 9 mandag til torsdag, og som ikke blot øger kanalens samlede sendetid betydeligt, men også mængden af egenproduktioner, idet det drejer sig om et blandet nyheds- og underholdningsprogram, hvor nyhedsstoffet dog kun udgør en forsvindende del (under en halv time ud af i alt tre timer), hvorfor det i tabellen er rubriceret under underholdning.

Ændringerne på WTV har, som nævnt baggrund i den programpolitiske kursændring, der blev gennemført i sommeren '85, og som primært har resulteret i udviklingen af en ny fredagsflade med det "lørdags-kanallignende" program "Så' der fredag", et blandet underholdningsprogram, der dog har enkelte journalistiske indslag, - I skemaet er programmet rubriceret som "underholdning". I begge tilfælde er tallet for underholdningsandelen således lidt højere, end der er belæg for, men det ændrer dog ikke på den generelle udviklingstendens.

#### Tidsskemaer

Den kvantitative bestemmelse af programudbudet i WTV og K2 anskuelig gør den antagelig væsentligste måde, hvorpå der konkurreres med DR om høje seertal, nemlig udviklingen af rene "underholdningsflader", men kampen foregår også på et andet plan, nemlig i programfladens opbygning omkring faste programtyper inden for et fast tidsskema. Det faste programskema er især indarbejdet på Kanal 2, som i et reklamehæfte formulerer det sådan:

"...Vi sender nemlig efter et helt fast mønster, så sendetiderne er til at huske".

Med få undtagelser består aftenprogrammet på K2 af flg. hovedblokke, som altid præsenteres i samme kronologi: Nyhedsprogram, serie, nyhedsprogram og film, - hvor variationer skabes ved, at en (højst to) blokke udskiftes med en anden programtype, fx. en portræt- eller musikudsendelse (en passant kan nævnes, at musik- eller rockvideo-programmer tidligere har udgjort en næsten fast programblok i K2, men nu kun spiller en beskedent rolle). WTV opererer også i et vist omfang med faste programtyper, placeret på faste tider, men skemaet er ikke så stramt som på K2.

Det faste tidsskema skal ikke blot gøre programudbudet overskueligt, men bidrager desuden til, at seere, der har "hægtet sig" på den pågældende kanal, fastholdes, idet der kan spilles på deres forventninger til de efterfølgende programmer (fx. er man altid sikker på, at der vises en såkaldt "Kanal 2-film", hvis man holder ved på denne kanal). Dette forhold får stor betydning, da den fælles konkurrent, DR, arbejder med mere varierede programfalder. Man er således mere sikker på, hvad en aften på WTV og især K2 vil bringe, ligesom man, mens man ser DR, hele tiden har en ret klar fornemmelse af, hvilket aktuelt alternativ der tilbydes på WTV/K2.

Hertil kommer, at kanalerne også direkte afstemmer deres programplaner efter DR's faste programmer, primært TV-Avisen, som er næsten umulig at konkurrere med<sup>3)</sup> : I stedet for at tage denne konkurrence op, har K2 placeret sit første nyhedsprogram, "Go' aften", så det ligger umiddelbart før TV-Avisen, og kan ses som en "lokal" (og meget blød) "optakt" til de mere alvorlige landsdækkende nyheder på DR. (For at få seerne til at vende tilbage til K2 efter TV-Avisen præsenterer "Go' aften" altid trailers til aftenens serie eller film.) En anden måde at "udnytte" DR's programflade på er K2's "Morgenflimmer", der vises på et tidspunkt, hvor DR ikke sender programmer.

Når WTV og K2 skal lægge programskemaer tages der således på dobbelt måde hensyn til DR's programflade, idet der planlægges i

forhold til både indhold (programtyper) og sendetider. Dette giver samtidig noget af forklaringen på forskellen mellem WTV og K2, de konkurrerer med forskellige dele af DR's programflade, nemlig hhv. weekend- og hverdagsprogrammet, mens de to kanaler i virkeligheden ikke indgår i nogen direkte konkurrence med hinanden, idet K2, der kun sender hverdage, konkurrerer med noget andet end WTV, der kun sender fredag til søndag.

På K2 afspejles yderligere et forhold i programfladestrukturen, nemlig scramblingen af visse programmer, så de kun kan ses af den del af publikum, der har investeret i en decoder. Programfladen skal ikke blot tiltrække seere, men også skaffe et betalende publikum, dvs. motivere til køb af decodere, hvilket dels sker i form af direkte reklame i kanalen selv og i annoncer i dagspressen, og dels ved at scramble de attraktive serier og film<sup>4)</sup>.

### Flow

Den måde, hvorpå vi i det følgende vil diskutere det æstetiske i forbindelse med WTV og K2, knytter an til Raymond Williams begreb om flow. Williams karakteriserer selv fænomenet således:

Det er virkelig meget vanskeligt at sige noget om dette (TV-flowet). Det ville være som at beskrive, at man havde læst to skuespil, tre aviser og tre-fire ugeblade samme dag, som man også havde været til et variete-show, en forelæsning og en fodboldkamp. Og så er det alligevel slet ikke sådan, for selvom de enkelte dele er forskellige, er det som om, at TV-oplevelsen på en eller anden måde har formået at forene dem. At bryde denne oplevelse op i de enkelte enheder, som der allerede er procedurer for at analysere, er forståeligt, omend ofte misvisende, selv når vi forsvarer det med, at vi er fintmærkende og erfarne seere og ikke bare sidder der time efter time og stirrer på kassen. For faktum er, at mange af os faktisk sidder der, og meget af TV's afgørende betydning må henføres til dette faktum.

(Raymond Williams: Television. Technology and Cultural Form, London 1974 (1979), s. 95).

Williams brug af flow-begrebet er ikke helt klar, men man kan sige, at den enhed, som han finder i programfladen, i hvert fald rummer to aspekter af henholdsvis diakron og synkron karakter.<sup>5)</sup>

Det diakrone dækker den tidslige kontinuitet i programfladen, dvs. udfyldningen af "hullerne" mellem programmerne og fletværket af krydshenvisninger til de forskellige programmer. Det synkrone

dækker, hvad man med John Ellis' begreb kan kalde "house-style"<sup>6)</sup>, dvs. præsenteringsformen, stofudvælgelse, vinklingen af stoffet o.lign., som kan iagttages i det enkelte program, men som dækker mere end dette, nemlig de karakteristiske fællestræk for programmer produceret af en bestemt TV-station. Den særlige "house-style" gør det muligt at give programfladen enhedspræg, dvs. skabe æstetisk sammenhæng: En bestemt "house-style" skaber enhed mellem de enkelte dele af programflow'et, ligesom den kan forbinde de forskellige indslag i et program, fx. nyhederne i et nyhedsprogram. Det skal understreges, at dette flow (et forbehold, som også gælder programfladeanalyserne og tidsskemaerne) ikke er identisk med det faktisk oplevede flow, da der jo er tale om et flerkanalsystem, hvor seerne kan lave deres egne individuelle programkombinationer. Af seerundersøgelser<sup>7)</sup> fremgår, at både Weekend TV og K2 hovedsagelig anvendes som supplement til DR, og at de benyttes til at supplere andelen af underholdningsprogrammer, så der skabes rene underholdningsflader. Dette mønster kendes fra brugen af nabolands-tv, ligesom det ligger bag anvendelsen af private videomaskiner.<sup>8)</sup>

Den diakrone dimension i flow'et skaber en vis enhed i programfladen, idet de enkelte programmer, der indgår i denne, og som typisk er af vidt forskellig art og oprindelse, kædes sammen indbyrdes. Sammenkædningen beror på, at programmerne sendes af en og samme kanal, dvs. har samme afsender, og at afsenderinstitutionen præsenterer sig selv direkte i programfladen. Dette kan dog som regel ikke ses i det enkelte program (egenproduktioner undtaget), men i mellemløbene mellem programmerne, hvor der er placeret små optakssekvenser, og i kanalernes indlednings- og afslutningssekvenser, som danner ramme om en aftens samlede program. I disse sekvenser, som binder fladens enkeltdeler sammen, bliver udsigelsesforholdet ekspliciteret, idet der gøres opmærksom på, hvem der (af)sender de pågældende programmer. Det sker ved, at afsenderinstitutionen iscenesætter sig selv og på den måde i sig selv bliver et vigtigt led i fjernsynsoplevelsen, knyttet til det image, som tv-stationerne hver for sig har skabt sig. Fænomenet angår ikke kun WTV og K2, men også DR, men det bliver først for alvor tydeligt, når flere kanaler konkurrerer indbyrdes.

Ikke mindst K2 benytter optakts- og præsentationsspots, bl.a. faste signaturer, som bringes som optakt til faste programtyper som film og serier. Det drejer sig ikke om signaturer i snæver forstand (det er ikke blot skilte), men om små filmiske sekvenser, som ud over at gøre opmærksom på, hvad der sendes ("nu kommer.."), og hvem der sender ("Kanal 2 viser.."), også fungerer som reklame for det pågældende program. Samtidig skabes der en betydningsmæssig sammenhæng mellem kanalen og det pågældende program, så kanalen på den ene side ikke blot bliver et anonymt transmissionsmiddel, og programmet på den anden side får en særlig identitet (en "Kanal 2-film", en "Kanal 2-serie" etc.).

Når K2 fx. viser en serie, bringes som optakt en lille tegnefilmssekvens, der viser en filmstrimmel, hvori ordet "serie", skrevet med forgyldte typer, bevæger sig med hastige omdrejninger, fikseres et øjeblik midt i skærbilledet, hvorefter det bevæger sig bort igen, mens et kor fanfareagtigt synger "se-ri-e". Den hastige bevægelse og det farvestrålende sceneri konnoterer intensitet og pragt, er indgangsport til en spændende verden, og fanfaremusikken, som både er hyldest- og angrebssignal, understreger, at signaturen fungerer som løfte om storslåede oplevelser, hvis man følger serien, men også som startsignal: nu starter oplevelsen.



K2's aftenprogram indledes med en lignende filmsekvens (af 25 sekunders varighed), som direkte reklamerer for kanalen: på en blå-sort nattehimmel daler funklende stjernedrys, pludselig kommer et 2-tal, K2's logo, til syne i baggrunden og bevæger sig cirkulende om sig selv frem i billedet, idet der samtidig projiceres et view over en oplyst by ind i dette. Sekvensen ledsages af en fanfareagtig kendingsmelodi: "Du er tuned ind på Københavns TV... Det er dit lokale signal på din egen Kanal ... 2". 2-tallet svævning over byen og dets udformning som en regnbue (alle regnbuens farver) bidrager til, at kanalen får betydning som noget "himmelsk lys", som en almægtig instans, der lader stjernedrys falde over byen.



Denne æstetiske selviscenesættelse udbygges i kanalens afslutningssekvens: her svæver K2's logo omkring en måne, mens Michael Bundesen (Shu-Bi-Dua) på lydsporet synger: "Er der mer'/?/Gu' der ej/ for når månen bli'r bleg/ er det tid til at sige "goodbye"". Herefter vises København fra oven i en panorering, ledsaget af teksten "Fred og ro på Kanal 2", og fra et tårn i horisonten to-ner K2-logoet atter frem og placeres til sidst midt i billedet, mens kendingsmelodien gentages. Hvor indledningssekvensen åbner K2-universet, sker der her en lukning, som understreger kanalens image som almægtig oplevelsesforsyner (når Kanalen ikke sender,

er byen livløs). K2 bliver på den måde langt mere end en række af programmer, den skaber et særligt univers, og stiller man ind på kanalen, lokkes der med, at man får del i dette.

Den æstetiske sammenbinding af enkeltprogrammer viser sig imidlertid også på en mere direkte måde i form af en stadig annoncering af kommende programmer, placeret forskellige steder i programfladen, både mellem to programmer, før dagens samlede program og i nyhedsudsendelser, idet der her ledes op til kommende oplevelser og nye højdepunkter i den pågældende kanal. Dette skaber et indtryk af programmæssig kontinuitet, hvor programmerne som en strøm træder seerne i møde, og der sugeres en næsten restløs oplevelsesforsyning som fra et overflødhorn.

### "House-styles"

Det blandede nyheds- og debatprogram "Go'aften" er på mange måder en indgangsnøgle til at forstå nogle karakteristiske træk ved K2' "house-style". Det er som hovedparten af K2's egenproduktioner en blanding af meget forskelligartede indslag, som bindes sammen af to studieværter. De fleste indslag i "Go'aften" falder imidlertid inden for to hovedgrupper, henholdsvis humoristisk stof og journalistiske indslag, der meget ofte er "human interest"-historier. Det univers, som bygges op i "Go'aften", består således ikke så meget af tematiske modsætninger, men snarere af et følelsesfelt, svingende mellem det uhøjtideligt afslappende til det følelsesfuldt indlevende.

Mange journalistiske indslag består således af interviews med personer, der er ramt af en ulykke, enten af eksistentiel (alvorlig sygdom, slægtnings død) eller økonomisk art. Disse historier forbliver ofte på det individuelt-menneskelige plan, og interviewerens funktion er ofte blot at støtte den interviewede i at fortælle sin historie. Der er sjældent den store journalistiske opfølgning på historien, ligesom der heller ikke styres mod nogen bestemt konklusion.

Man kunne kalde det dårlig journalistik, og det er det i en vis forstand også. Men fraværet af den politiske offentlighed, som

enhver god journalistik indskriver sig i, betyder på den anden side, at historierne bliver mere åbne og intime. Meget groft sagt kan man sige, at hvor DR's TV-Avis er et medium for en større, ydre offentligheds ræsonnement om samfundet, da bruger "Go'aften" den sociale virkelighed som et medium til selviscenesættelse og gestaltning af åbne følelsesfelter. (Begge dele er selvfølgelig symbolske og ideologiske konstruktioner, men det gør dem jo ikke mindre reelle.) Hvor DR's TV-Avis peger ud i samfundet, bliver omverdenen til en del af det humoristisk-intime rum, som skabes mellem K2 og seer i "Go'aften".

Sidestillingen af journalistisk stof, kulturtilbud i byen med kanalens egne underholdningsprogrammer skaber en særlig intimitet, en lukning af rummet omkring K2 og seerne; selv når der ind imellem bringes helt traditionelt nyhedsstof, er det vanskeligt at læse sådanne indslag på sædvanlig vis p.g.a. sammenblandingen med TV-annonceringerne. Indslagene mister noget af sin virkelighedsreference, og det bliver vanskeligt at se begivenhederne, som noget man kan gøre noget ved; her er det betydeligt lettere at lukke op for et af de annoncerede programmer senere på aften.

Den betydningsmæssige åbenhed giver undertiden indslagene en noget "strittende" karakter; men når disse indslag alligevel ikke opleves så uafsluttede, skyldes det, at der sker en stadig afbalancering af de enkelte indslag: "Heldigvis skal vi nu til noget mere muntert", som studieværterne kan sige, og så får vi et glimt af aftenens situationskomedie på K2. Hvor DR's TV-Avis ofte afvæbner et indslags spændinger og påtrængenhed ved afslutningsvis at pege på problemets løsning gennem forhandling mellem de politiske partier, så sker afvæbningen ikke på indholdsplanet i K2; det sker ofte gennem en ren stemningsmæssig afbalancering.

Det intime, afslappede og følelsesfulde understøttes også af stoffammensætningen. Stoffet i "Go'aften" rummer en god del fritidsstof, enten omtale af kunstudstillinger og filmpremierer ude i byen eller smagsprøver på aftenens film og serier; fritidsaktiviteter der i sig selv er afslappende og følelsesmobiliserende.



De to studieværter, Camilla og Søren, er i høj grad med til at skabe denne intimitet. De har en meget uhøjtidelig stil, hvor de dels giver deres personlige kommentarer til forskellige indslag og dels iscenesætter sig selv gennem et standende indbyrdes småskænderi bestående af kommentarer til hinandens påklædning, opfattelser o.s.v. De flirter med deres roller som professionelle studieværter gennem en stadig vekslen mellem det personligt nære og en rap, veltimet oplæsning og afvikling af indslagene. Også studiets rumlige opbygning, et ret lille rum med fancy møbler i baggrunden, medvirker til denne intimitet.

En lang række af disse træk genfindes med varierende intensitet i de øvrige programmer på K2, specielt egenproduktionerne. Det sene nyheds/debatprogram er således ofte en videreførelse af den ene halvdel af "Go'aften"; programannonceringerne og de humoristiske indslag er her fjernet eller stærkt reduceret til fordel for en koncentration om journalistiske historier, præget af "human interest". Et fast portrætprogram viderefører det følelsesfulde stemningsleje med en intim snak mellem interviewer og gæst, typisk en kulturpersonlighed.

Programmet "Den tomme Stol" afviger noget fra de hidtil nævnte programmer, idet der her er tale om et mere politisk debatprogram med forbillede i Mette Fugls debat- og portrætudsendelser fra DR (men ikke WTV).

Viderefører det sene nyheds/debatprogram den ene halvdel af "Go'aften", kan man sige, at K2's "Morgenflimmer" i højere grad ren dyrker den anden, humoristiske halvdel af "Go'aften". "Morgenflimmer" består af meget korte indslag som quiz, vejrudsigt, tegnefilm, "hårde" nyheder hentet fra morgenaviserne, musikvideoer, morgengymnastik, madbrevkasse, gæst i studiet m.m. "Morgenflimmer" er i endnu højere grad koncentreret om studiet og de tre studieværter, givetvis for at skabe et fastere holdepunkt for seerne, der kl. 6-9 er optaget af alskens gøremål.

"Morgenflimmer" har i modsætning til "Go'aften" opgivet flirten med den professionelle, strømlinede præsentationsform til fordel for en afslappet, hverdagsagtig stil. De tre studieværter sidder

ved morgenbordet ligesom seerne, og de forskellige indslag afvikles ikke uden en blanding af teknisk småkoks og mangel på journalistisk forberedelse. Det hele klares imidlertid med et smil, ligesom alle indslag er præget af en uhøjtidelig stemning: Quiz'ens spørgsmål er nemme; det er billig og nem mad, som behandles i madbrevkassen o.s.v. "Morgenflimmer" inddrager også seerne direkte ved at opfordre til at ringe ind eller sende breve om quiz, mad o.lign. Herved kommer man meget direkte til at opleve, at K2 følger dagliglivets rutiner og er på samme niveau som seerne: Seerne, som ringer ind, er ligesom studieværterne og os andre på vej på arbejde eller i skole.



"Morgenflimmer"

Michael Bundesen taler med en quiz-vinder, mens Claus Hagen Petersen leder efter den næste nyhed.

Selvom WTV har mange programtyper til fælles med K2, som f.eks. film, serier, blandede studieunderholdning med quiz, musik, debat m.m. er der en række betydelige forskelle i house-style. WTV opbygger ikke den samme intimitet, men afspejler mere en distance-ret professionalisme. De to studieværter, Torben Thune og Ole Stephensen, der binder fredagsfladen sammen, optræder ganske vist

i en afslappet stil, men de tager deres egen rolle og det behandlede stof betydeligt mere alvorligt. Publikum i studiet betyder ligeledes, at intimiteten brydes og underholdningen får mere offentlig karakter; seernes oplevelse går via en partiel identifikation med dette publikum.

Quiz'en på WTV er også mere dramatisk, fokuseret på om man vinder eller taber de mange penge. Seerne, der ringer ind og medvirker, kommer ikke på niveau med studieværterne, men bliver i højere grad en styret genstand for underholdningen; ja, i fredagsfladens samlivsbrevkasse bliver de medvirkende seere nærmest ufrivillige ofre, en anledning til at komme med småintime vittigheder.

Forskellen mellem WTV og K2 ses også i den journalistiske bearbejdning og præsentation. WTV's journalistiske historier er ligesom K2's ofte human interest-stof, men behandles betydeligt mere grundigt og sættes ind i en politisk-social referenceramme. Nyhedsindslaget "Set og sket i byen", en slags ugerevy der indgår i fredagsfladen, bærer ligeledes præg af en grundig gennemarbejdning specielt på det formæssige plan. Disse kvaliteter er imidlertid vundet på bekostning af den intimitet, der præger K2. De journalistiske indslag har således en lidt anonym karakter på WTV.

I Mette Fugls blandede nyheds/debat/underholdningsprogram "Weekendgæster", der sendes søndag formiddag og genudsendes samme aften, er der både tale om intimitet og denne professionelle journalistiske tone og form. Men dette er i høj grad et resultat af Mette Fugls helt egen personlige stil; det er ikke noget, der smelter sammen med Weekend TV's image. Noget af det samme gør sig gældende med Johannes Møllehaves faste kulturprogram og Ballings filmorientering. Her låner Weekend TV kendte personers særlige stil og overføringsevne, men disse personer smelter aldrig sammen med WTV's image, sådan som Camilla og Søren fra K2 gør det.

Disse forskelle mellem WTV og K2 kan delvist genfindes i de indkøbte fremmedproduktioner, hovedsagelig serier og film. WTV sender mange feuilletoner, hvor der findes et langt episk forløb

med mulighed for detaljerede miljø- og personskildringer. K2 sender næsten udelukkende episodiske serier, hvor koncentrationen ligger på situationskomedie og spændingsopbygning og -forløsning. Det samme kan siges om Kanal 2's filmrepertoire, der på den ene side afgrænser sig fra de helt voldelige videofilm, og på den anden side systematisk har udelukket al europæisk film til fordel for Hollywoods underholdningsarsenal.

Musikvideoprogrammerne, som findes på både WTV og K2, har begge steder lidt af en særstatus. På WTV sendes der primært uddrag af TV-satellitten "Music Box's" forskellige musikvideoprogrammer, men de er dels utekstede og dels placeret som mindnatsforestillinger, hvorved WTV i meget ringe grad sætter sit præg på disse programmer. Men det er selvfølgelig en del af WTV's image at sende mange musikvideoprogrammer.

På K2 er musikvideoerne i højere grad integreret i den øvrige sendeflade, både tidsmæssigt og i præsentationsformen. Men de to studieværter, som sædvanligvis præsenterer videoerne, iscenesætter ikke nogen vekselvirkning mellem det professionelt underholdende og en mere hverdagsagtig intimitet. De flirter ikke med professionalismen, men foretager en fuldstændig mimen af det formsprog, som musikvideoerne anvender. De forsøger nærmest at overflødiggøre deres egen præsentation ved formmæssigt at udviske skellet mellem præsentationen og selve videoerne. Men trods dette er K2's videoprogrammer dog stadig præget af det danske; de to studieværter taler i hvert fald overvejende dansk, ligesom der også sendes danske videoer. Giver WTV's musikvideoprogrammer således en fornemmelse af at opleve "the real thing" fra det store udland, så er K2 lidt tættere på det musikspektrum, som seerne hører til daglig.

### Slutbemærkninger

Vi vil langt fra hævde den æstetiske programfladeanalyse af K2 og WTV udtømt med disse betragtninger. Ligeledes ligger der nogle begrænsninger i selve analysens sigte, nemlig at finde tværgående æstetiske træk ved hver af de to kanaler.

Dels svarer det, som tidligere nævnt, ikke til den faktiske reception og æstetiske oplevelse, da kanalerne mixes med bl.a. DR. Dels kan analysen føre til en overvurdering af den æstetiske enhed på hver af de to kanaler, hvorved den ikke fanger den æstetiske pluralitet, som der i et vist omfang også er på de to kanaler. TV-stationerne har siden deres begyndelse været tvunget til at afprøve nye og forskellige programformer, hvoraf nogle har lidt en hurtig død, og andre igen er blevet faste programmer.

Men skal vi trods alt forsøge at sammenfatte nogle af vores resultater, finder vi det især påfaldende, i hvor høj grad de to kanaler har tilpasset sig et ret bredt publikums ugentlige oplevelsesrytme og driftsøkonomi. Hverdag og weekend er de to kanalers respektive sendetidspunkter, men markerer også et meget fundamentalt skel i oplevelsesformerne. Hvor ugens første fire dage er stedet for arbejdet, rutinen og det psykiske/fysiske stress, er weekenden fritidens, afvekslingens og den følelsesmæssige intensitets sted.

Dette skel mellem hverdag og weekend afspejler sig meget tydeligt i de to kanaler. K2 skal give hverdagen et ekstre oplevelsesmæssigt pift; som en annonce for K2 hed: "Kanal 2 gør København lidt sjovere at bo i". WTV forsøger i højere grad at indfri forventningerne til nogen store oplevelser. K2 forsøger at give seerne en mini-weekend hver aften, men det er netop en miniudgave. Tidsinddelingen af K2's programflade tager højde for hverdagens knappe tid: De faste programtidspunkter gør det nemt at planlægge sin aften i forhold til andre gøremål, ligesom den samlede sendetid følger arbejdsdagen. Vi står op med K2's "Morgenflimmer", og aftenens "Kanal 2-film" slutter allerede ved 23-tiden.

K2's house-style passer også ind i dette mønster. Præsentationsformen og stofudvælgelsen giver mulighed for nogle små historier, der får os til at grine lidt og blive følelsesmæssigt grebet nogle minutter af gangen. Små åbne historier, der let lader sig tolke ind i ens egen daglige driftsøkonomi, der ikke magter at tage stilling til større samfundsmæssige problemer - i hvert fald ikke lige i aften.

WTV prøver at skabe nogle store oplevelser ved i mindre grad at satse på det intime, hverdagsagtige og mere på det professionelt underholdende. Journalistikken forsøger også at levere og præsentere historier, der bærer præg af at være af samfundsmæssig betydning. Tilsvarende betyder WTV's brug af feuilletoner, at man lægger op til en mere langsigtet psykisk investering i en større og mere rigtig historie, hvor K2's episodiske serier mere skal tilfredsstille et psykisk behov her og nu.

#### NOTER

1. Berlingske Tidende d. 22.12.1985.
2. Sammenligningen mellem K2/WTV og nordisk TV/US-network-TV er ikke uden problemer, da vi ikke kender til den præcise fremgangsmåde bag udregningen af tallene for nordisk og amerikansk TV. Sammenstillingen giver dog et groft signalement af programforskellen.
3. Seertal for både Kanal 2 og Weekend TV viser, at der er meget lave seertal i perioden, hvor DR sender TV-Avisen. Kanalerne har forsøgt programmer med tydelig ungdomsappel på dette tidspunkt, f.eks. rockvideoer, Flintstone, da unge generelt ser TV-Avisen i betydeligt mindre omfang end andre aldersgrupper. Her spiller det imidlertid en vigtig rolle, at der som regel er flere om at bruge et TV-apparat, og at TV-Avisen her går af med sejren.
4. Når Kanal 2 koder sine film og serier og ikke sine egne programmer, hænger det ikke entydigt sammen med at førstnævnte har den største popularitet målt i seertal, men at film og serier mere entydigt har varekarakter.
5. Flowbegrebet er hermed ikke udtømmende behandlet. I vores speciale om Weekend TV og Kanal 2 har vi behandlet flowet og det særligt TV-æstetiske ud fra en mere teoretisk synsvinkel, hvor det æstetiske også er knyttet til behovsteoretiske overvejelser.
6. En meget inspirerende videreudvikling af Williams flowopfattelse findes i John Ellis: "Visible Fictions", London 1982. Ellis' overvejelser er dog overvejende teoretiske og ikke umiddelbart omsættelige i analyse. Vi har dog i vores speciale forsøgt at arbejde videre med bl.a. Ellis' indkredsning af det TV-mediets særtræk.
7. Her er den væsentligste undersøgelse den fælles AIM-undersøgelse for DR og WTV. En pressemeddelelse om undersøgelsen er gengivet i Olga Linné m.fl.: "Medieforskning i Danmarks Radio 1984", 6B/84, 1985.
8. Om brug af nabolandes TV se bl.a. Linné m.fl.: "Medieforskning i Danmarks Radio 1984". Om brug af video se bl.a. Peter Larsen: "Video, video, video" in A. B. Lund m.fl. (red.): "Televisioner", 1983.

Stig Hjarvard og Henrik Søndergaard er konferensstuderende i litteraturvidenskab ved Københavns Universitet.