

Tekst og reception

Beverly Hills 90210 i Danmark

KAREN KLITGAARD POVLSEN

Brandon løber på rulleskøjter i parken og over sig i hockey. Han ser en familie på udflugt rejse sig fra kaffen. En ung fyr træder ud bag et træ, kigger sig om og går hen til bordet, snupper den forladte dametaske og løber med den. Da han standser, trækker pungen frem og vil til at tælle pengene, træder en køn, ung pige frem foran ham og bebrejder ham hans onde gerning. Fyren trækker en kniv, men hun siger, at dette kun vil ramme ham selv, og han har jo så meget at leve for – hun ser appellerende på ham –

En stemme råber stop. Og nu ser vi et kamerahold med en mandlig instruktør og en kvindelig assistent. Den næste scene skal laves, men en mandlig skuespiller har meldt afbud. Instruktøren beder assistenten finde en eller anden, hvem som helst, for “this is not Shakespeare”. Det er nemlig en fiktiv teen-tv-serie – ligesom serien vi ser: *Beverly Hills 90210*, er det. Scenen er et opspil til første sæsons episode nr. 16, der således har det selvrefleksive tema: Hvordan laver man en teen-soap, og hvordan er det at være skuespiller i sådan en serie? Opspillet er samtidig så naivt fortalt – man må smile, når pigen fortæller tyven, at han har så meget at leve for – at selvrefleksionen også indebærer muligheden for at se på scenen med ironi. Jeg har vist klippet i mange fora, hver gang har det udløst latter og fnis. Ironien bliver tydeligere senere i episoden, hvor en af seriens kvindelige hovedfigurer mimer til en Madonna-sang og får en hel café til at agere, som var de medvirkende i en musical. Det er min pointe: I tilfældet *Beverly Hills 90210* lægger serie-teksten selv op til en række af de ironisk-distancerede seerpositioner, som man kan iagttage blandt en stor del af seriens publikum. Serien viser en typisk fortælleform for de tv-serier, der i 1990erne har været produceret målrettet til et yngre publikum.

Tekst og reception

Siden midten af 1980erne har mange grundige receptionsundersøgelser med stor vægt påvist, at mange mediebrugere forholder sig aktivt fortolkende, når de tilsyneladende passivt lader tiden gå foran tv-apparatet eller har øjnene i et ugeblad (Radway 1984, Ang 1985, 1996; Brown 1994). Derimod er der en iøjnefaldende mangel på undersøgelser, der vægter læsningen og tolkningen af

medieteksten lige så højt som læsningen og tolkningen af brugernes reception. Det gælder også en række forskere, der i princippet prioriterer den tekstanalytiske dimension i receptionsanalysen (Brunsdon 1989: 120–126). Selvom Jostein Gripsrud f.eks. i *The Dynasty Years* (Gripsrud, 1995) forudskikker, at han vil analysere serieteksten, er det et tilfældigt og lille udsnit af serien, han faktisk analyserer.

Den forskning der for tiden foregår om populære, serielle fiktioner for unge eller om unges fankultur, er i reglen etnografisk orienteret og ser ofte bort fra teksten. Således har Dominique Pasquier i en række artikler (Pasquier, 1995, 1997) om den franske serie *Helene et les garçons* beskrevet seriens seere og fans og seriens funktion i deres liv på en meget indgående og interessant facon uden overhovedet at gå ind på, hvordan teksten ser ud. E. Graham McKinley (1997) har observeret og interviewet 36 kvindelige fansere af *Beverly Hills 90210* – og har lavet en diskursanalyse, der konkluderer, at pigerne i deres snak om serien bliver medproducenter af en patriarkalsk, hegemonisk identitetskonstruktion, der undertrykker dem selv som kvinder. McKinley resumerer nogle af de samme episoder, som jeg har underkastet en nærmere analyse (Klitgaard Povlsen 1996a, 1996b). Mens jeg understreger episodernes flertydige, polysemiske udsagn, understreger hun i sine korte, tematiske referater seriens patriarkalske og kapitalistiske karakter. Hun erkender, at teksten er polysemisk, men mener, at seerne konsekvent lukker de polysemiske muligheder af og fortolker teksten entydigt selvundertrykkende. Flere steder i bogen vender hun imidlertid tilbage til den kendsgerning, at både hun selv og hendes informanter nyder at se serien:

I must admit, I do appreciate the show's many strengths, including its focused acting and seamless production quality... I never tire of the skill, efficiency and narrative momentum, they demonstrate. [...]

But my own experiences as a single woman challenging traditional female roles in both domestic and professional spheres lead me to object strongly to a text that both naturalizes dominant notions of female identity and conceals how difficult it can be to break out. (McKinley 1997: 28)

Man kommer let til at overvurdere eller undervurdere de unges seer- og fortolkningskompetencer, når man ikke nøje ved, hvad det er, de fortolker på, og når man som McKinley vurderer seernes spontane snak i forhold til et ganske bestemt personligt livsideal.

Jeg vil derfor plædere for, at medieforskningen (igen) begynder at tage den kvalitative tekstanalyse lige så alvorligt som kvalitative og kvantitative receptionsstudier. Jeg vil påstå, at der i teksten selv er indskrevet mange kropslige og sproglige stiliseringer og iscenesættelser, mange fortolkningskonstruktioner som unge foretager og som de argumenterer for, at de selv har forhandlet og vurderet sig frem til. Jeg vil desuden betvivle det konstruktive i umiddelbart at reducere tekst og tolkning. E. Graham McKinley konkluderer således, at de 36 unge piger, hun interviewer, naturaliserer og inkorporerer tekstens kvindeun-

dertrykkelse modstandsløst, fordi de beslutter sig til at købe samme slags bade-dragter, som vises frem i serien. Mange af 1990ernes seriefiktioner er velbe-regnede og velskrevne – også i den forstand at de taler til et publikum, som er medievante, gode seere. Et publikum, som kan goutere en veldrejet replik og som kan gennemskue og forudsige et normalt plot. Moderne seriefiktion er på den ene side enkelt fortalt og gennemskueligt konstrueret. På den anden side tilbyder den den drevne seer en række merbetydninger og flertydigheder, som lægger spor ud til fortolkningskonstruktioner, som de unge, drevne seere så foretager med stor lyst, der bl.a. opstår ved fornemmelsen af at kunne gennemskue det hele. Deres receptionsfacon er derfor ofte ironisk, humoristisk eller på andre måder distanceret og selvreflekteret. Men de hopper alligevel ofte på den limpind, som producenten, forfatterne og instruktørerne af serien målrettet har fabrikeret. Når nogle unge ironiserer over serien og tilsyneladende distancerer sig fra den, imiterer de den alligevel og indlever sig i den, fordi denne dobbelte holdning til seriens plot og fortællemåde allerede er indskrevet i serien, som vist i det indledende eksempel. Det kan vise sig i dialogen, i stilen og i fortællemåder og temaer, der lægger op til distance og selvrefleksion. I det indledende eksempel er der tale om en fiktion i fiktionen, andre gange kan der være decideret ironiske lag i serien, der kan være pastiche-elementer, der kan være overtydeligt entydige episoder eller der kan være komiske og farceagtige episoder, der markerer en afstand til genrens selvhøjtidelighed. Mange af de tydeligste eksempler er blevet 'klassiske', mange seere kan dem 'udenad' og refererer til dem, når de er blandt venner, der ser *Beverly Hills 90210*.

Mangelen på indgående, videnskabeligt baserede tekstanalyser skyldes bl.a., at netop den serialiserede, populære fiktion er så uhåndterlig, fordi den er så omfattende. I tilfældet *Beverly Hills 90210* består serien i 1998 af otte sæsoner på mellem 26 og 33 episoder hver. Den niende sæson skal produceres i 1998-99. Der er altså cirka 240 episoder af knap en times varighed at forholde sig til. Det tager lang tid at se så mange episoder så mange gange, at man velargumenteret kan udvælge en række episoder til nærmere analyse. Det tager altså lang tid at komme på niveau med de seere, der ser episoderne mange gange. Vil man så også gennemføre kvalitative receptionsstudier, der i sig selv kan give et nærmest uoverskueligt materiale (Geraghty 1998), så står man med alvorlige, systematiske og materialemæssige problemer, som man ikke kan løse hver gang. Men som man bør løse jævnlige. Fordi kun den metode, der 'mimer' en stor del af seernes tilgang kan fange, hvad de får ud af at se serien. Nogle seere ser selvfølgelig kun nogle episoder en enkelt gang, men som både mine og andres, bl.a. McKinleys (1997) undersøgelser viser, så ser mange af seerne seriens episoder flere gange. I Danmark er de blevet genudsendt tre gange (de mest populære episoder fire gange) siden 1993, men desuden samles især piger ofte og ser videokopier af episoder som optakt til hygge og fester. Så vi har at gøre med en serie, hvis kvalitetstegn er den velskrevne dialog og med seere, som for en dels vedkommende kender 'teksten', dvs. serien, meget indgående

igennem flere, gentagne seinger. Dertil kommer en gruppe seere, der ser serien mere ekstensivt. Jeg vil ikke hævde, at jeg analyserer serien på samme måde som de intensive seere, men tekstanalysen er mit eneste redskab til at opnå samme kompetence, som den gruppe seere har i forhold til teksten.

Beverly Hills 90210

Serien *Beverly Hills 90210* er en amerikansk produceret teen-soap med en solid, international succes. Den er blevet sendt fra oktober 1990 på Fox-tv-kanalen i USA onsdag aften fra 20 til 21. Serien er produceret af Spelling Productions WorldVision og er således efterfølger til serier som *Dallas* og *Dynasty* fra 1980'erne. Men den er meget forskellig fra sine forgængere, bl.a. fordi producentens mål fra starten har været at skabe en serie, som kunne tiltrække unge mellem 18 og 40 år, som kunne tiltrække både kvinder og mænd, og som kunne tiltrække de veluddannede og dem, der er på vej til at blive det. Det er lykkedes så godt for serien, at den har fået en række amerikanske, australske, engelske og franske efterlignere, bl.a. den i USA meget populære serie *Melrose Place* (1992-). Serien har på afgørende vis præget de serier, der har fået succes hos unge og yngre seere i den velhavende, vestlige del af verden i 1990'erne.

Den danske tv-kanal TV2, der er en public-service-kanal, der er delvist reklamefinansieret, købte serien og viste den fra marts 1992. Serien blev straks en succes i Danmark. Fra 1992 til efteråret 1996 havde serien i gennemsnit omkring en million seere pr. episode ud af en befolkning på fem millioner. Den blev vist først torsdag, så onsdag aften fra 20 til 21. I foråret 1997 blev den flyttet til lørdag eftermiddage og tabte seere. Den er blevet genudsendt to gange på eftermiddage, udvalgte episoder tre gange. Genudsendelserne har så mange seere, at de kommer med på en top-ti liste over udsendelser, som især ses af unge mellem 12 og 24 år. Serien har altså haft et markant gennemslag i Danmark, især blandt unge. Den generation af kvinder, der er født fra begyndelsen af 1970'erne til midten af 1980'erne, har for mere end 90 procent vedkommende fulgt serien igennem en årrække, mens omkring 50 procent af mænd fra samme generation har fulgt den (Gallup for TV2, Fridberg et al. 1997). Serien begyndte som en highschool-serie, siden er figurerne kommet på college og har enten graduated eller er fortsat med at studere. Seerne har fulgt næsten samme mønster. De er også blevet ældre og bedre uddannede med tiden.

Serien er blevet særlig populær i Danmark og Holland og i andre lande, hvor den er blevet vist med undertekster. I de europæiske lande, hvor serien er blevet synkroniseret, er den også blevet populær, men ikke i helt samme grad. Serien er kommerciel og main-stream. Det er en mellemlagsserie, der præsenterer 'the Californian way of living' med vægt på forbrug og livsstil, men den er mindre glamourøs end 1980'ernes Spelling-produktioner.

I begyndelsen var serien i Danmark især populær blandt de 12-16-årige piger fra ikke særligt veluddannede familier i provinsen. De så den sammen med

deres mødre og søstre. I de seneste år, da seriens figurer kom ud af highschool, er den især blevet populær blandt de 17-24-årige og de 24-31-årige i de større byer med videregående uddannelsesinstitutioner. Det er især gymnasieelever og studerende, der har fulgt serien, og dens seere er markant bedre uddannede end den gennemsnitlige befolkning. Den eneste gruppe, der stort ikke har interesseret sig for serien er uuddannede mænd over 40 år. "Selv min mormor er vild med *Beverly Hills*", skrev en dansk gymnasieelev i 1996 i en stil.

På gymnasier og universiteter blev der dannet *Beverly Hills*-klubber og -grupper. De fleste gymnasier har haft *Beverly Hills* hade-og-elske fester, cafeer og karneval og traditionen for at holde "prom" har holdt sit indtog på danske gymnasier, hvor den ellers ikke har været kendt. De fleste kollegier har haft deres *Beverly Hills*-bar eller -klub. Torsdag aften, hvor *Beverly Hills 90210* blev vist, blev i begyndelsen af 1990'erne en gå-i-byen-aften, hvor det før havde været fredag aften. Grupper af unge så i fællesskab *Beverly Hills 90210* hjemme eller på kollegiet og gik derefter i byen. Serien blev en social begivenhed med et bredt gennemslag både i en bestemt generation og ud over den, f.eks. hos lærere og forældre.

I mange grupper og klubber udviklede unge ironiske og tilsyneladende distancerede tilskuerpositioner. Der blev skabt en række sociale ritualer omkring serien fra drikke-lege til klubber, hvor de unge seere mødte op udklædte som deres elske- eller hade-figur fra serien. Mængder af jokes og vitser blev produceret omkring serien, mens den blev set. De universitetsstuderende talte om serien som en kultserie eller som et kitsch-fænomen. Serien er så dårlig, at den er god, sagde nogle (Horn et al, 1995, Rasmussen et al, 1996). Det blev en serie, de elskede at hade.

Samtidig med, at man kunne iagttage denne ironiserende og tilsyneladende distancerede reception, skabte serien mode. Enhver gymnasieklasse havde sine piger med Kelly-frisurer, Donna-bare navler, ringe på tommelfingrene og mange kvindelige universitetsstuderende bar og bærer *Beverly Hills* halskæder og kjoler. En mode, som de kunne købe billigt som kopi-modeller bl.a. i tøj-kæden Hennes & Mauritz, fordi serien i Danmark og Nordeuropa blev vist mellem tre måneder og et halvt år forsinket i forhold til USA, så producenten kunne nå at kopiere designet. Så selvom de voksne, der interesserede sig for fænomenet, fik indtryk af en almindelig afstandtagen blandt unge seere, så viste et overfladisk besøg i enhver dansk gymnasieklasse, at serien havde haft en effekt på de unges forbrug, på deres opfattelse af hvad der var chikt.

I seriens første år var der en række merchandising-produkter i omløb: plakater, T-shirts, magasiner, kalendere, bøger og videobånd med klassiske episoder og med interviews, madopskrifter og billeder af seriens figurer. Det forsvandt omkring 1994 og blev erstattet af CDere med soundtracks til de episoder, der har vist real-life celebrities som The Rolling Stones, Luther Vandross, The Cardigans og andre popmusikere, af CD-ROMere med baggrundsinformationer, billedsekvenser og litteraturhenvisninger. Efter 1996 har Internettet erstattet fanblade og udgivelser på print. På Internettet eksisterer også et skif-

tende antal (20–25) hjemmesider med sladder, nyheder, casting guides, baggrundsinformation og episode summaries, nogle med udførlige fortolkninger, der kan bringe et resume af en episode op på tolv til femten siders tæt printede ark. De færreste hjemmesider er traditionelle reklame-sider fra Fox eller Spelling Productions, de fleste er oprettet og bliver ajourført af grupper af universitetsstuderende i f.eks. USA, Tyskland, Polen, Finland og Danmark. Her er tonen ironisk og episoderne analyseres i detaljer, ofte kommenteres også de reklamebreaks og den produktplacering, som er et af seriens iøjnefaldende kendetræk. Men samtidig indeholder mange af hjemmesiderne forsøg på at skrive dialoger til episoder, og der gættes seriøst på fortsættelser og forviklinger i plottet.

Danske børn og unge ser på *Beverly Hills 90210*

Jeg begyndte min undersøgelse af serien med observationer af 22 børn og unge mellem 9 og 19 år, der så serien regelmæssigt fra 1993–1995, og fandt som Pasquier (1995, 1997) og andre tre seerpositioner i forhold til serien. De yngste så med indlevelse på plot og skuespillere, de lidt ældre (12–16 år) så med en vis distance på plottet, men med en høj grad af indlevelse i stil og mode: De så på frisurer, skjorter, senge, biler og basketballstøvler. De ældste forholdt sig tilsyneladende meget distanceret, de kunne forudse plottet, syntes figurerne var latterlige. De kom med ironiske udtalelser og jokes, men de var samtidig seriens mest trofaste seere. Så der var ikke tale om en oppositionel position, men om, at de elskede at hade serien.

Jeg tror, serien er blevet så populær i lande som Danmark og Holland, netop fordi de mange relativt højtuddannede og engelskkyndige seere kan se på serien med ironi og humor, dels fordi serien er (for) amerikansk, dels fordi de ironiske og humoristiske pointer i den ofte velskrevne dialog faktisk fremstår klarere med de ofte dårligt oversatte underteksters kluntede forsøg på at opfangne originalens pointer. Men en grund til seriens popularitet er også, at den samtidig giver de samme seere mulighed for indlevelse. Ironien er altid baseret på en oplevelse af affekt. Den ironiske reception giver mulighed for både at være indlevet i serien og samtidig at distancere sig fra den ved at udtrykke en vis irritation eller afstandtagen til indlevelsen og til seriens univers. Det er en kærlig kritisk position, der ikke rummer alternativer eller modforestillinger, men som udtrykker et vist ubehag i behaget. At være en ironisk seer betyder, at man er indlevet, men samtidig reflekterer over sin indlevelse.

På et basalt retorisk niveau problematiserer ironien relationen mellem det, der siges og det (ofte modsatte), der menes. Ironien problematiserer relationen mellem signifiant og signifié: At være en ironisk seer vil sige at være en meget sprogbevidst seer. Den ironiske seer er en seer, der både lader sig tænde af noget i serien og forbliver cool. Ironien kan udtrykke en ambivalens, men kan ikke undslippe den.

Noget af ironien kan også etableres i den sociale kommunikation, der sker i grupperne af unge seere: "Irony happens" (Hutcheon, 1994: 5). Denne sociale ironi opstår i et diskursivt fællesskab og bliver i dette fællesskab en fællesnævner, der samtidig adskiller dette fællesskab fra andre grupper af seere. Men det er vigtigt at fastholde, at selv om vi har at gøre med en populær, kommerciel, mainstream tekst, indeholder teksten selv en ambiguitet, en konsekvent tvæller flertydighed, der (med)producerer de ironiske tilskuerpositioner og som medvirker til at tilskynde og fremme den socialt producerede ironi.

Teksten *Beverly Hills 90210*

Enhver fiktionstekst, også en populær medietekst, skal forstås ind i den tradition, den er skrevet i. Som Peter Brooks (1976) overbevisende har vist, har melodramaet historisk været en populær fiktion, som i ord og musik fortalte publikum om visse grundlæggende moralske værdier, og som gjorde det på en sådan overdrevet og ofte gentagende måde, at alle kunne forstå det. Melodramaet er en demokratisk tradition, fordi fortællemaneren konsekvent bygger på gentagelse og udsættelse – på samme måde som den børneteatertradition er det, som Gitlin (1985: 138) påstår, at Aaron Spelling altid har brugt i sine soaps: Show it, then tell it. Brooks understreger også, at melodramaet handlede om manerer, om hvordan man bør opføre sig, om takt og tone: Sådan taler man, går man, spiser man, sætter man sig, rejser man sig op, sådan ser mand på kvinde, kvinde på mand.

Dette didaktiske element er vigtigt. I den melodramatiske, populære fiktion kan hver generation af unge og store børn lære at forhandle med sig selv, teksten, og andre seere, om hvordan det er mest tidssvarende at opføre sig, at iscenesætte sin krop, sin seksualitet, hvordan man kan opføre sig over for forældre, lærere, kærestes, hvordan man kan smile, stå, gå og udtrykke visse centrale følelser og holdninger – i modsætning til andre generationer, køn og grupper. *Beverly Hills 90210* og andre teen-soaps kan læses i en kontinuitet af populære fiktioner fra Defoes *Robinson Crusoe* (1719) til Margaret Mitchells *Gone With the Wind* (1936, filmatiseret 1939), fra populære fiktioner i ugeblade til tegneserier. Forskellen er, at i dag ser de unge oftere på elektroniske fiktioner på skærmen i stedet for at læse dem i en bog eller i et blad (Fridberg et al. 1997). Men teksten er stadig vigtig. Ikke enhver tekst kan ses på en hvilken som helst måde. Teksten sætter én ramme for fortolkningen, seerens seerkompetence sætter en anden.

Som analytisk udgangspunkt har jeg set alle episoder i de syv første sæsoner af *Beverly Hills 90210*, første gang som nævnt sammen med en gruppe børn og unge, anden og tredje gang alene med notesblokken og hyppig brug af slow motion og repeat-knappen. Jeg har noteret mig dialogen, kameraindstillinger, klip og scenskift, underlægningsmusik og ikke mindst forholdet mellem gentagelse og udsættelse i episoden.

Episoderne er i en vis forstand fuldstændig ens. De er alle opbygget over den samme, faste struktur og de er alle lige lange: 44 og et halvt minut. Først kommer der en trailer, der skifter helt eller delvist med hver ny sæson. Derefter kommer et kort opspil til denne episodes 'problem'. Trailer og opspil varer maksimalt tre minutter. Efter denne begyndelse vises i USA et reklamebreak, i Europa derimod som regel kun et markant scenskift eller tydeligt klip. Herefter udfoldes problemet – først i et hovedplot, så som regel i to subplots med et paralleltema til hovedplottet. Det varer længe – cirka femten minutter. Så følger et nyt reklamebreak – eller et markant klip, og en ny sekvens udfolder problemet endnu engang – igen i både plot og subplots. Også denne sekvens varer længe, mellem femten og tyve minutter, og den afsluttes som regel af en morale. Igen kommer et reklamebreak eller et tydeligt scenskift, og så sluttes episoden af med en harmonisk happy end, der kun varer et par minutter.

Gentagelserne og udsættelserne opstår i det stadige spil mellem plot og subplots – og i et spil mellem dialog og billedside. Først siges eller fortælles noget i plottet, så i subplotsene og så vises det. Her folder seriens didaktiske og demokratiske element sig ud. Alt siges og vises så mange gange, at selv mindre børn eller ikke særligt dygtige læsere, der ikke kan engelsk og som har svært ved at nå at læse underteksten, kan følge med i handlingen. De større børn og unge eller de mere læse- og sprogkyndige, kan fryde sig over, at de er i stand til at forudsige og kan læne sig tilbage og reflektere og evt. ironisere over den enkle medietekst.

De fleste episoder har et 'issue' – et problem, der tages til debat. Ofte handler det om brug og misbrug – af mad, alkohol, varer, stoffer, kærester, venner, studier eller religion. Og ofte er det et ord, begreb eller en sætning, der sætter problematiseringen igang. Et typisk eksempel er episoden *Slumberparty*, nummer tretten i første sæson, der er skrevet af seriens idémand Darren Star, der var forfatter på mange episoder i seriens første sæsoner, indtil han koncentrerede sig om *Melrose Place* (1992-), der er et spin-off- produkt til *Beverly Hills 90210*.

Slumberparty begynder som de fleste episoder en morgen. Det er typisk for soapen, at den imiterer et dagsforløb og altså begynder en morgen og slutter en aften. Denne morgen foregår i familien Walsh' hus, i køkkenet. Tvillingerne Brandon og Brenda spiser morgenmad. Brandon undrer sig over Brendas ide med at ville holde et Slumberparty. Han mener, at den hører til i niende klasse og antyder altså, at Brenda er barnlig, nu går hun jo i high-school. Brenda forsvarer sig med, at dette ikke er et slumberparty, men "a night of female bonding, right mum?" Moderen Cindy bekræfter bag køkkenbordet, hvor hun tilbereder morgenmaden, som hun serverer for børnene. Faderen Jim kommer hastigt ind i køkkenet med sin mappe. Han er sent på den, for sent til morgenmad. Cindy bebrejder ham, at han er et dårligt forbillede for børnene. Brenda minder ham om, at han har lovet at holde sig ovenpå denne aften på grund af hendes slumberparty. Jim spørger, om den slags ikke hører niende klasse til? Kameraet fokuserer på Brandon, der kaster et triumferende og indforstået blik

på Brenda, og Brendas ansigt afslutter scenen i et close up. Hun fastholder sin 'maske'.

Scenen er spiralformet i sin opbygning. Kameraet begynder med et close-up på Brandons ansigt, men hans reaktion er en reaktion på Brendas aktivitet. Det er hende, der har sat det afgørende ord 'slumberparty' i cirkulation. Det er hende, der har givet anledning til en bestemt kønsdistribution i køkkenet: På den ene side står far og søn, der uafvidende mødes i samme misfortolkning af Brendas ord. På den anden side står mor og datter. Både i billedet og i ordvekslingen støtter Cindy bevidst sin datter. De viser således den "female bonding", som Brenda har fortalt om i dialogen (tell it, show it). Faderen støtter også sønnen, men uden at vide af det – før bagefter. Så på den ene side har vi to kvinder, der reflekteret støtter hinanden, på den anden side to mænd, der gør det samme, men uden at vide af det. De deler fortolkningen af det ord, som Brenda har sat i cirkulation for at give det en ny betydning.

Det cirkulerende ord følger med ind i den næste scene, der foregår på skolen West Beverly High. Kameraet følger igen Brandon, der går hen til Andrea i redaktionslokalet på skolen. Hun er redaktionschef på skolebladet, Brandon er journalist. Han kalder hende "chief", markerer altså, at hun er hans chef, men med et tvetydigt, ironisk smil. Han har skrevet en artikel om en tenniskamp, og han antyder, at det ikke kan interessere Andrea (underforstået: Kvinder interesserer sig ikke for sport). Han spørger hende, hvad hun skal om aftenen? Hun svarer "attend a women's conference at your house". Brandon spørger, om det er Brendas slumberparty, hun refererer til, og Andrea svarer "It is not a slumberparty". Med Andrea får ordet således en feministisk tolkning. Scenen slutter med et close-up på hende, og hun gentager "It is not a slumberparty". Kønnene fortolker ikke ordet ens, nu er den feministiske variant slået fast.

Ordspillet fortsætter imidlertid ind i næste scene, hvor Brenda og veninderne Kelly og Donna står foran garderobeskabene på skolen. Kelly spørger Brenda: "Are you sure this thing is not a slumberparty?" Brenda forklarer igen om a "night of female bonding", og Kelly spørger, om de så ikke kan invitere nogle fyre, efter de har "bonded and all". Men Brenda forsvarer sin pointe: De skal hverken tale om eller tænke på fyre den aften, de skal ikke tænke på, hvordan de ser ud, fordi der ikke vil være nogle fyre til stede. Det er et af de mange tilfælde, hvor fortællerinstansen markerer sig klart i kamerainstillingen (halvtotal), der her ikke er motiveret af handling eller af agerende personer. Kameraet er en pegefinger, der siger: Læg mærke til, hvad de siger, det er af betydning (tell it, show it)! Kameraet glider dernæst hen på de to fyre, David og Scott, de to yngre nørdere, der lytter, kigger på pigerne og beslutter sig til at troppe op om aftenen og være med på en kigger. De indskriver sig allerede her i en voyeur-position. Kameraet og dialogen forudsiger her, at pigerne ikke er enige om fortolkningen og betydningen af ordet, og kameraet demonstrerer, at de ikke kan undvige det maskuline blik, ligesom de ikke kan undvige kameraet. Netop fordi det også kommer fra et sted, de ikke regner med, fra nørderne, der er et år yngre, end de selv er.

Men blikket kommer også et andet sted fra. Kellys problem er nemlig, at hun har aftalt at være sammen med en veninde, der er ældre end veninderne. Kelly vil ikke invitere hende med til noget så barnligt som et slumberparty, men Brenda står fast og inviterer Kellys ældre veninde Amanda med til partyet. Dialogen viser, at Kelly er bærer af et mere voksent, seksualiseret og traditionelt feminint blik, der ser på slumberparty som en pinlig og barnlig foreteelse, netop fordi det udelukker det andet køn.

Scenens sidste dialog foregår mellem vennerne Brandon og Steve. Endnu engang glider kameraet henad korridoren på skolen og fanger Brandon og Steve på vej ned ad en trappe. Steve driller Brandon med, at han er blevet smidt ud af sit eget hus på grund af Brendas slumberparty. Steve foreslår, at han og Brandon skal tage på natklub sammen og finde deres egne piger i pyjamas. De tre veninder møder de to venner. Brenda siger til Steve, at han ikke skal være ked af, at han ikke er inviteret med til dette slumberparty, han er jo vant til at blive brændt af. Donna konstaterer, at "that left you in the dust". Sekvensen er typisk og interessant, fordi den for det første lægger alle spor ud til hele episoden, resten er gentagelser og udsættelser. Den erfarne seer vil vide, at drengene i denne episode ikke kan hamle op med pigerne. Fordi pigerne er bedre til at konstruere fortolkninger af det ord, der er sat i cirkulation: Slumberparty. Pigerne kan hoverende stige op ad trappen og se ned på drengene på gangen nedenfor. Det peger på det andet typiske element: Problemerne opstår i *Beverly Hills 90210* ofte, fordi et ord eller en sætning eller en begivenhed forstås eller fortolkes forskelligt af de involverede personer. I de første sæsoner er pigerne bedre til at konstruere adækvate fortolkninger end drengene, der som regel forstår det, man normalt forstår ved ordene eller situationerne. En sådan opbygning lægger for det første op til, at der altid er mange forskellige fortolkninger, der er mulige, for det andet næsten tvinger den seeren til selv at fortolke eller i det mindste at vælge side i de fortolkningskonstruktioner, der foregår på skærmen. Seerne uddannes i de første sæsoner til at se med skepsis på de sædvanlige fortolkninger, de opfordres til selv at foretage fortolkningskonstruktioner, der enten spejler eller går ud over figurernes. At tage ordene eller handlingen 'på ordet' fremstilles som et suspekt eller i det mindste naivt foretagende, der er altid mange muligheder til stede. I dette tilfælde viser det sig, at pigernes fortolkning sætter handlingen i gang, drengene kan ikke etablere deres egne fortolkninger, men pigerne må til gengæld også sande, at de ikke kan holde det andet køn og deres forståelse af ord og situationer ude af deres liv. Pigernes samvær kommer til at handle om, hvordan drenge fortolker. De fleste succesrige teen-soaps i 1990'erne, som jeg kender, har denne intense bevidsthed om, hvordan man skal fortolke ord eller sætninger eller situationer. Der er altid en mulighed for at teksten kan forstås på en anden måde, enhver ytring bør fortolkes og er samtidig allerede fortolket i serieteksten. Den er på én gang meget flertydig og meget let at fortolke.

Et lignende og dog forskelligt eksempel kan fremhæves fra den første episode i sjette sæson. Nu går figurerne på college og er flyttet hjemmefra. Episo-

den begynder i en flyvemaskine. Vi ser Kelly sidde alene i flyet og læse i et magasin. Hun kontaktes af en ung mand, der sætter sig ved siden af hende og indleder en stormende flirt, vi ser en melodramatisk forførelsesscene, så hurtigt gennemspillet, at scenen får pastichekarakter. Efter en række tvetydige og seksuelt ladede komplimenter, kysser den unge mand Kelly og inviterer hende med i Mile High-klubben. Indlemmelsen kan ske på flyets toilet, den unge mand går derind. Efter en kort tøven, sekunderet af medpassagerernes medvildende smilende og vidende mimik og blikke, følger Kelly efter ham. På toiletet viser det sig, at den unge mand, Colin, er Kellys nye kæreste, som hun har truffet i løbet af sommeren i New York. Forførelsesscenen i flyet var rent skuespil, aftalt til ære for medpassagererne og for seerne, der ikke kender Colin. Der er altså igen tale om en form for fiktion i fiktionen, hvor seerne tages ved næsen og får at vide, at meningen her var en helt anden end de troede, hvis de naivt hoppede på limpinden. Scenen og serien skal fortolkes, ikke bare perciperes naivt. Serien har spillet seerne et ironisk puds. Plotlinien følges sæsonen ud, hvor seerne konstant bringes i tvivl om, hvad Colins hensigter er: Er de reelle, eller er de en illusion? Omkring figuren Colin etableres således et rum, der både kan læses naivt som en ægte kærlighed og mere tvetydigt: Hvad er han ude på?

Stephen Croft fremhæver i sin artikel om moderne soaps fra 1990'erne (Croft 1995), at den succesrige tv-serietekst har en række fælles kendetegn:

- Den skal have fokus på hverdagslivet
- Den skal foregå i forstæderne til de vestlige storbyer
- Den skal vise aktive og kompetente kvinder
- Den skal have appel til teenagere
- Den skal vise unge, der ikke revolterer mod forældre eller skole, men som er "decent"
- Forskelle eller problemer skal forhandles, ikke løses radikalt
- Den skal frem for alt være velskrevet, have en god, hurtig dialog

Ifølge mine analyser er det sidste punkt det vigtigste. Det var *The Cosby Show* (1984-1992, Jhally og Lewis, 1992), der først demonstrerede den hurtige, humoristiske eller ironiske kompetence, der er blevet så afgørende for seriers succes (Roth-Lindberg, 1995: 24, 331). I *Beverly Hills 90210* er der dels eksempler som de nævnte, dels humoristiske, komedieagtige episoder, dels episoder, der rituelt følger mærkedagene juleaften, Valentines Day, Halloween etc., og så er der mere filmiske episoder, der citerer serier som *Twin Peaks* (1990-91) og bruger filmiske effekter som flash backs og mystiske hændelser. Generelt problematiseres forholdet mellem realitet og fiktion, og dermed tvinges seerne til at være på vagt: De skal fortolke dialogen, de skal tage konteksten i betragtning. Serien hjælper dem ved at gentage og understrege flertydighederne eller ved at være så plat entydig, at modpositionen ligger lige for i teksten. De fleste seere over 10-årsalderen føler sig kloge og dygtige, når de ser på serien. De belønnes med en følelse af afslapning og underholdning, fordi

de ikke bare er på højde med seriens figurer, men er endnu bedre fortolkere. At etablere denne følelse hos seerne synes netop at være seriens hensigt. Den skaber en 'feel-good'-følelse.

Mine teksteksempler er alle fra episode-opspil, fordi det er her, betydningen af ord eller sætninger eller scener problematiseres i forhold til en normalbetydning. I løbet af de to lange midterakter gennemspilles så en lang række fortolkningspositioner, der endelig munder ud i en kort, forsonende afslutning. Jo længere hen mod slutningen af en episode, vi kommer, jo mere lægges betydningerne fast i teksten og jo mindre lægger dialogen op til ironiske flertydigheder. Til gengæld opstår der ofte næsten latterlige situationer, når slutningen fastlægger det problematiserede ords eller begrebs betydning på en så plat og allerede tyve gange forudsagt måde, at selv de niårige tilskuere ikke er overraskede. Slutningen etablerer således i den platte entydighed en anden mulighed for en ironisk seerposition. Her bliver teksten så plat og forudsigelig, så entydig, at netop denne entydighed bliver en slags åbning eller tom plads i Umberto Ecos forstand (Eco: 1979). De fleste seere må "trække på smilebåndet og vende det hvide ud af øjnene" (stil 102: 4), som en ung kvinde siger, der ellers tager serien meget alvorligt. Men her markeres hendes position for ironisk distance.

Stile om *Beverly Hills 90210* skrevet af unge danskere

Jeg ser selv Beverly Hills, jeg kan godt lide serien. Jeg synes, man kommer i godt humør af at se den... Udtalelser om, at de unge glemmer virkeligheden til fordel for den glamourøse amerikanske stil, hvor alt er muligt, bare man har penge, har jeg hørt som argumenter for det hadske forhold til serien. Her har jeg kun én ting at sige, helt ærligt, hvor naive tror de, den danske ungdom er. Enhver person med en rimelig fornuft kan sagtens skelne mellem film og virkelighed (stil 128: 3)

Sådan skriver en ung kvinde i første gymnasieklasse, en af de ca. 300 15-20-årige danske unge, som jeg med deres lærere som mellemlid, bad skrive et frit essay om serien *Beverly Hills 90210*. Den grundlæggende skelnen mellem fiktion og virkelighed mener de fleste af de 130 stilesribenter, hvis stile jeg har analyseret nærmere, uden problemer at kunne gennemføre. Det er, som skribenten også refererer til, netop den skelnen, som det meste af den danske mediedebat fortrinsvis har bekymret sig om – ofte i en så forenklet form, at jeg har måttet trække på smilebåndet. Men stilen forenkler også selv forholdet mellem fiktion og virkelighed. For serien har haft en åbenbar og umiddelbar effekt på de unges virkelige hverdagsliv: Den har skabt mode. De samme unge, som ironiserer over serien og over bekymringen i den offentlige debat, har som nævnt (p.6) købt sommerkjoler, er blevet klippet og har fået halskæder, en mode, der havde sit udspring i den massive produktplacering, der sker i seriens episoder.¹

De fleste stileskribenter er enige om, at *Beverly Hills 90210* er en tekst, der er meget let at læse, et eksempel blandt mange lyder:

Beverly Hills er god underholdning, noget som interesserer de unge. Det kræver ikke den helt store hjerne at se det, der er ikke så meget at tænke over. Der er ikke noget kæmpe mysterie, som seeren skal løse. Det tror jeg er grunden til, at så mange unge ser det. Det er bare ren og skær afslapning. Du sætter dig foran fjernsynet, tænder og går lige så stille i koma (stil 85: 2).

Samme kvindelige skribent skriver senere, at serien tager gode problemer op, man kan lære noget af dens realistiske problemfremstilling, realistiske persontegning, men derimod ikke af de urealistiske løsningsforslag. Som en anden kvindelig skribent formulerer det: "De svage sider ved serien kan være at deres problemer altid bliver løst i enden..." (essay 40: 3). En mandlig skribent er både mere distanceret og mere diskuterende. Han konkluderer:

Som det sikkert fremgår efter at have læst denne stil, er der en del ting ved "Beverly", som jeg synes enten er latterlige, for amerikanske eller bare for meget. Men jeg vil jo stadig gerne se serien. (stil 45: 7)

En pige mener, at serien *Beverly Hills* er udtryk for en vending i tiden. Mens 1980'erne var stilfulde, er 1990'erne til "øl, fodbold, lægeromaner og Beverly" (stil 43:1). Den dårlige smag er blevet den gode smag. Hun anser en serie som *Beverly Hills* for at være moderne udenpå og traditionel indeni – den fortæller en traditionel historie efter hjem-hjemløs-hjem-modellen, men den gør det på en moderne facon. Hun peger altså på, at det er udsigelsen og ikke udsagnet, der er interessant ved serien. Det er det, så mange reagerer på, når de kritiserer de urealistiske slutninger. Det er jo slutningen, der skaber 'meningen' i en traditionel analyse. Min pointe ville være den samme som stil 43s: Det er den lystfulde udsigelsesleg, der foregår især på dialogplanet, men også ofte i spillet mellem dialog og billedplan, eller i legen med medie i mediet, der er så fascinerende. Så gør det ikke så meget, at serien er "for meget" på udsagnsplanet.

Samme skribent bevæger sig iøvrigt i stilens tre tættrykte sider mellem udsagn og udsigelse på en sådan måde, at det bliver klart, at hun ikke kan skelne klart mellem dem. Hun mener f.eks., at det er godt at serien tager tabuemner op (udsagn), det er dårligt, at slutningerne er så urealistiske (udsagn), det er godt, at replikkerne er smarte og jargonen frisk (udsigelse). Men hendes egen stil forsøger hele tiden at imitere det udsigelsesniveau, som hun er så fascineret af. Indledningen til stilen er netop formet som et citat fra et dårligt smagsniveau: Lejlighedssangen, en yndet dansk genre, der konnoterer småborgerlighed og arbejderklasse:

*Dylan er det vilde dyr,
mens Brandon er den pæne fyr

Kelly er den smukke kvinde,
og Brenda vil Dylans hjerte vinde*

*David er den usikre fyr
der Donnas hjerte får sat på styr*

*Andrea er den stille og flittige pige
mens Steve er vild med enhver pige*

*Tilsammen bliver de alle rost og rist
og bliver i vore tv vist!*

Det er det eneste eksempel af sin slags i mit materiale, men det viser tydeligt en bestræbelse, som de fleste af stilene indeholder i kortere eller længere passager: De søger at mestre en traditionel form – som den danske stil i sig selv jo også er – på en moderne og/eller bevidst kitschet måde, der udstiller udsigelsesniveauet, men gør det på en så skæv måde, at vi må smile af det: Ironisere over det. Den mandlige skribent nr. 45, udtrykker det samme sådan: “Den fortæller os de ting, vi ikke gider lægge øre til på en sådan måde, at det bliver spændende” (stil 45: 4).

Sådanne eksempler viser, at seerne godt ved, at serien er traditionel i sit udsagn og moderne i sin udsigelse. De ved godt, at de ikke ‘bør’ blive fanget af udsagnet, men ved at efterligne udsigelsen som stil, kan de videreformidle både den lyst de føler på udsigelsesniveauet og (skjule) en traditionel indlevelse i udsagnsniveauet. Selv stile, som tilsyneladende forholdt sig distanceret, ironisk og kritisk til serien var præget af medietekstens forlæg og fortælle-måde.

Det er altså efter min mening for ensidigt, både når man med Umberto Eco beskriver unge som ‘instinktive semiotikere’ (Eco 1984/1986: 210) og avancerede mediesurfere – og når man omvendt som McKinley anklager dem for ikke at handle effektivt imod patriarkatet, men selv at deltage som producent af undertrykkende tekstudlægninger. Den generation, der kom efter generation X, har knyttet et liv og en lyst til udsigelsen, til legen med signifiantens forhold til signifiéen, som både er helt traditionel og helt moderne. De unge seere, som har skrevet stile til mig, er mest indlevede i udsigelsen, men deres stile viser, at udsigelsen – på trods af ironisk leg og humoristiske finter og stilimitation – er knyttet til udsagnet på en måde, som de tror, de kan skjule.

Noter

1. Jeg indsamlede stilene i december 1995 og især i foråret 1996, hvor serien som social begivenhed var på sit højeste i Danmark. Stilematerialet i sin helhed viste, at også blandt de lidt ældre seere viste de samme tre grundpositioner i forhold til serien sig, som jeg allerede havde iagttaget i mine indledende observationer af en bredere aldersgruppe. Især en gruppe kvinder så på serien med indlevelse, en gruppe drenge og piger så på serien som en indføring i et bestemt mode- og stilunivers, og en gruppe sprogligt dygtige elever domineret af unge mænd, så med ironi og distance på serien. Jeg havde valgt at indsamle stile på det første videregående trin efter den niårige danske grundskole, og mine stile stammer således fra det første trin på danske handelsskoler, fra en toårig videregående uddannelse, hf, og fra gymna-

sier. De unge er mellem 16 og 22, flest mellem 16 og 18 år gamle. Jeg har udvalgt stilene sådan, at de er vægtet med hensyn til køn, med hensyn til geografisk spredning mellem hovedstadsområdet og provinsen og med spredning mellem de forskellige typer af videregående skoler.

Referencer

- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas*. London: Methuen.
- Ang, Ien (1996) *Living Room Wars*. London: Routledge.
- Brooks, Peter (1976) *The Melodramatic Imagination*, New York: Columbia University Press.
- Brown, Mary Ellen (1994) *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance* London: Sage.
- Brunsdon, Charlotte (1989) "Text and Audience". In: Ellen Seiter et al. (ed.): *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Control*. London: Pentledge & Kegan Paul: 116-129.
- Croft, Stephen (1995) "Global Neighbours?" In: Robert Allen: *to be continued.... Soap Operas Around the World*. London: Routledge: 98-121.
- Drotner, Kirsten (1992) Modernity and Media Panics. In: Kim K. Schröder og Michael Skovmand: *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*, London: Routledge: 42-62.
- Eco, Umberto (1979) *The Role of the Reader*. London: Hutchinson.
- Eco, Umberto (1992) *Interpretation and Overinterpretation*. With Richard Rorty, Jonathan Culler, Christine Brooke-Rose. Cambridge, Cambridge University Press.
- Eco, Umberto (1986) "Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage." in: *Faith in Fakes*. London: Secker & Warburg: 197-211 (opr. 1984).
- Fridberg, Torben et al. (1997) *Mønstre i mangfoldigheden*. København: Borgen.
- Geraghty, Christine (1998) "Audiences and Ethnography: Questions of Practice." In: Christine Geraghty and David Lusted (eds): *The Television Studies Book*. London: Arnold: 141-157.
- Gitlin, Todd (1985) *Inside Prime Time*. New York: Pantheon.
- Gripsrud, Jostein (1995) *The Dynasty Years*. London: Routledge.
- Hutcheon, Linda (1994) *Irony's edge. The Theory and Politics of Irony*. London: Routledge.
- Jhally, S. og J. Lewis (1992) *Enlightened Racism: The Cosby Show*. Boulder CO: Westview.
- Klitgaard Povlsen, Karen (1996a) "Beverly Hills 90210 i Danmark." In Kirsten Drotner og Anne Scott Sørensen (red.): *Øjenåbnere*. København: Dansklærer-foreningen: 60-91.
- Klitgaard Povlsen, Karen (1996b) "Global Teen Soaps Go Local: Beverly Hills 90210." *Young 4*, 1996b: 3-20.
- McKinley, E. Graham (1997) *Beverly Hills 90210. Television, Gender, and Identity*. Philadelphia: Pennsylvania University Press.
- Pasquier, Dominique (1995) "Chère Hélène. Medias, Identité, Culture des Sentiments." Paris: *Réseaux 70*: 9-39.
- Pasquier, Dominique (1997): "Unge tv-oplevelser. en receptionsundersøgelse." In: Kirsten Drotner og Karen Klitgaard Povlsen (red.): *Tænkestrøger*. København: Borgen: 48-72.
- Radway, Janice (1984) *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina University Press.
- Roth-Lindberg, Örjan (1995) *Skuggan av ett leende. Om filmisk ironi och den ironiska berättelsen*. Stockholm: T. Fischer & Co.

Upubliceret:

- Horn, Niels et al. (1995) *90210 Ways of Reading a Text*, 110 s., RUC. Internationale Studier.
- Rasmussen, Susanne Krøgh et al. (1996) *Der er ikke noget, der er så plat og underholdende*, 169 s. Aarhus Universitet, Medievidenskab.