

2. Se BBDO (1994), Goth & Raffel (1996), McCann-Erickson (1994), Højbjerg (1996) og Davidson (1990).
3. Også varen får mytisk, religiøs betydning i det den på et niveau kobles til (Gud)faderen og på et andet kritisk-ironisk niveau til den unge lidende Kristusfigur. Dette tema leger Diesel også med i en reklamefilm fra 1996, hvor reklamens unge hovedperson går på vandet i reklamens slutscene.
4. Her bør også nævnes, at reklamen er en pastiche på et handlingselement i blacksploitationfilmen »Cleopatra Jones« (1972). I denne actionfilm, der har en sort kvinde i hovedrollen, optræder en sort narkobaron, der har en hvid engelsk butler. Diesel låner generelt flittigt i blacksploitation-filmene og Diesel deler også synsvinkel med disse ved at lægge sin sympati hos de sorte amerikanere.
5. Trendsetter-teorien er en kulturalisering af teorien om af kommunikation foregår i to trin, den såkaldte 'two step flow of communication'-teori. Denne teori blev fremsat af en gruppe amerikanske valgforskere på grundlag af det amerikanske primærvalg i 1940. I bogen 'The Peoples Choice' (1946) viste Lazarsfeld m.fl. at vælgerne ikke valgte parti på grundlag af det de havde hørt i medierne, men på grund af en mellemmand, en såkaldt opinionsleder, hvis viden og holdninger vælgeren respekterede. I den oprindelige teoridannelse er opinionslederen en formidler af politiske holdninger, men i trendsetterteorien forestiller man sig, at den samme figur findes på det kulturelle område, på området for smag og stil. Her er opinionslederfiguren forenet med en anden figur nemlig det modebranchen kalder innovatøren, dvs. en person, der skaber nye tendenser i moden. Trendsetteren er innovatør og kulturel opinionsleder.
6. Derimod må idealerne blive endnu mere rigide i et postraditionelt samfund uden nogen retningslinier. Her kan en overlevelsstrategi være den veldefinerede idé, der er let at fortolke og som tilbyder en velafgrænset identitet om eksempelvis kærnefamilien.
7. Det hævdes da også ofte, at reklamen har nærmet sig kunsten, se f.eks. Willis (1994), Nava&Nava (1990) og Davidson (1992).

Litteratur

- Adamson, Billy (1996): »Når reklamer påvirker børn eller når børn påvirker reklamer« in *Børn og TV-reklamer – høring arrangeret af Lego*.
- Barthes, Roland (1978): 'Den tredje mening' in *Tryllygten 1*.
- Baudrillard, Jean (1983): »The Ectasy of Communication« in Hal Foster, red.: *The Anti-Aesthetic – Essays on Postmodern Culture*, Prot Townsend, Washington Bay Press
- BBDO (1994): *Future Youth*, København, BBDO.
- Bech, Henning (1987): *Når mænd mødes – homoseksualiteten og de homoseksuelle*, Gyldendal, Danmark.
- Bourdieu, Pierre (1993): Outline of a Sociological Theory of Art Perception. In *The Field of Cultural Production*, Polity Press.
- Davidson, Martin (1992): *The Consumerist Manifesto – advertising in postmodern times*, Routledge, England.
- Douglas, Mary (1996): *Thought Styles – critical essays on good taste*, London, Routledge.
- Eco, Umberto (1991): Fornylse i det serielle. In *OM SPEJLE og andre forunderlige fænomener*, København, Gyldendals bogklubber.
- Festinger, Leon (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, Stanford University Press.
- Fish, Stanley (1980): *Is there a Text in this Class? – the Authority of Interpretive Communities*, Cambridge Mass., Harvard University Press.
- Fiske, John (1986): 'Television: Polysemi and Popularity' in *Critical Studies in Mass Communication* 3, 2: 391-408.
- Goth & Raffels reklamebureau (1996): *ZapAttack*. Markedsundersøgelse til intern brug i reklamebureauet Goth & Raffel.
- Horn, Peter (1996): »Pubertetsalderen er udvidet til hele livet«, in *Markedsføring* 7, 1996: 18.
- Højbjerg, Lennart (1996): *Fortælleteori 2 – musikvideo og reklamefilm*, Akademisk Forlag A/S, København.
- Jantzen, Christian (1993): »Mærk Varen«. In Jensen, F. Jens m.fl., Red.: *Reklame-Kultur*, Aalborg, Aalborg Universitetsforlag.
- Khiljee, Dorte, Carsten Reimers og Lisbeth Sahl Jensen. Red. (november, 1995): »Biografen opbygger mærkevarer« in *Sterke Strimler*.
- Liebst, Asger (1992): *Reklamedrøm*, København, Dansk lærerforeningen.
- McCann-Erickson (1994): *Sækkerøv og store bluser – om unge i 90'erne*. Markedsundersøgelse til intern brug i reklamebureauet McCann-Erickson.
- Messaris, Paul (1997): *Visual Persuasion – the use of images in advertising*, London, Sage.
- Nava, Mica og Orson Nava (1990): Discriminating or duped?: Young people as consumers of Advertising/Art, *Magazine of Coultural Studies* 1: 15-21.
- Seiter, Ellen (1995): »Different Children, Different Dreams: Racial representation in advertising«. In Gail Dines & Jean M. Humez *Gender, Race and Class in Media*, Thousand Oaks, London, New Delhi, SAGE.
- Sontag, Susan (1990): »Noter om »Camp«« in *Omgang med tingene*, red.: Christa Lykke Christensen og Carsten Thau, Center for Kulturforskning, Aarhus Universitet.
- Sperber og Wilson (1986): *Relevance*, Basil Blackwell, London.
- Tufte, Birgitte & Wahl, Jonas (1994): *I hovedet på en trendsetter*, København, Danmarks Lærerhøjskole.
- von Kursk, Harold (Juni, 1996): »Striking Oil« in *Scanorama – the inflight magazine of SAS*.
- Willis, Paul (1990): *Common Culture*, Buckingham, Open University Press.

John Thorup er ph.d.-studerende ved Institut for Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet.

Tolkninger af seriepersoner

Af Dominique Pasquier

Forfatteren analyserer på basis af et omfattende studie af ungdomsserier på fransk tv, hvorledes et ungt publikum tolker forskellige personer i de pågældende serier. Forfatterens undersøger, hvorledes forskellige sociale og kulturelle faktorer hos seerne indvirker på receptionen af serien, på tolkningen af seriepersonerne i et kulturelt perspektiv. På denne baggrund analyseres etableringen af fortolkningsfællesskaber i publikumsgruppen. Materialet, der ligger til grund for analysen, består dels i tusindvis af fanbreve, dels interviews med både producenter og seere.

Den forskning, som jeg har ledet siden 1994 om reception af serier for unge på fransk tv, undersøger i særdeleshed to retninger.

Den første retning vedrører den rolle, som fjernsyn spiller for, at unge tv-seere introduceres til kønsroller og til kærlighedens grammatik. Størstedelen af den forskning, der omhandler børn og tv har interesseret sig for de følelser, som er forbundet med vold på tv-skærmen. Jeg interesserer mig for andre følelser, der ikke er forbundet med angst eller aggression, men som ikke desto mindre er lige så vigtige for børns erfaring med tv, nemlig kærlighed. I lighed med vold er der også her tale om fysisk opidselse, men den er snarere forbundet med glæde og lykkefølelse. Tv synes at være en vigtig ressource for, at de unge tv-seere lærer om, hvordan mænd og kvinder har det med hinanden både fysisk og psykisk, og lærer det på et tidspunkt i deres liv, hvor spørgsmålet om seksuel identitet naturligvis stilles særligt skarpt. Disse følelser er ikke blevet undersøgt nærmere videnskabeligt med én bemærkelsesværdig undtagelse, nemlig de såkaldte Payne Fund Studies fra 1930ernes USA om unge biografgængere og deres sening af biografilm.

Den anden retning i min forskning berører spørgsmålet om, hvorledes forskellige tolkningsfællesskaber artikulerer sig. Ethvert nyt receptionsarbejde raffinerer hidtidige analyser med det formål at integrere de foreslåede variationer af tolkningsfællesskaber. Man risikerer altså let at overse de relationer, der eksisterer mellem disse forskellige tolkningsfællesskaber, hvad enten de defineres af klassiske, sociale variable som køn eller alder, eller af former for engagement, som tv-

seerne tildeler programmet, når de taler med andre. Hvad enten fællesskaberne er baseret på fysisk interaktion eller ej, så rummer de alle en fælles social dynamik, som skaber tolkninger mellem dem. Disse tolkninger er i øvrigt ofte baseret på afvisning. Ved at man analytisk sætter de forskellige tolkningsfællesskaber op over for hinanden kan et bestemt program på et bestemt tidspunkt i et bestemt samfund tildeles sin fulde mening.

Det følgende fokuserer på en speciel dimension af unge franske tv-seeres forhold til ungdomsserier, nemlig deres tolkning af seriepersoner.

Seriel produktion og receptionsforskning

Hvordan tolkes og bedømmes seriepersoner? Hvorledes influerer sociale variable på seernes bedømmelser og tolkninger? Hvordan ændrer ens engagement i et program fortolkningen af seriepersoner? Og hvordan ændres seernes opfattelse af programmet? Hvad angår receptionen: hvilke forbindelser skaber seerne mellem forskellige personer fra den samme serie eller med personer fra andre serier? Kan man tale om »tolkningsfællesskaber« i forhold til seriepersonerne, og i så fald, hvilke kriterier har seerne for at konstruere dem? Er der forbindelse mellem disse forskellige tolkningsfællesskaber, og hvordan kan denne forbindelse defineres?

Disse spørgsmål, som berører både problemet med kulturelle tolkninger, overvejelser om tv-generer samt modtagerforskningen, vil jeg her undersøge på basis af materiale, jeg har indsamlet gen-

nem tre år om receptionen af serier for unge, og især én af disse, den franske *Hélène et les garçons*.

Mit arbejde har først drejet sig om produktionen af serien, dvs møder med manuskriptforfattere og producenter, iagttagelse af optagelserne, møder med skuespillere, teknikere og instruktørerne, analyse af samtlige episoder af *Hélène et les garçons* og af et vist antal episoder af andre serier for unge, som blev vist mellem 1991 og 1994 på fransk tv.

En serie som *Hélène et les garçons* er, i lighed med andre populære kulturprodukter, opbygget efter nogle regler, som har til formål at lette tv-seerens tolkningsarbejde: seriepersonerne personificerer visse funktioner i fortællingen, bestemte narrative rum forbindes systematisk med bestemte måder at tale på, og de moralske temaer er altid forudsigelige. Flere værker om soap operaer eller populærfiktion har allerede påvist disse narrative mekanismer (Allen 1985, Matelski 1988, Eco 1993, Radway 1984). Princippet om, at seriepersoner konstrueres som modstillinger – én seriepersons moralske karakteristika stilles op overfor en andens – er ikke nyt. Men i *Hélène et les garçons* er den fundamentale modstilling netop en parvis konstruktion, enten med en modsætning mellem parrets to personer eller en modsætning mellem to forskellige par.

Producenterne af serien tog fra starten to beslutninger. Den første var bevidst at gøre serien kunstig. På den ene side ved at udviske enhver referencen til en social realitet, idet serien er en lukket verden, der kun handler om venskabelige forbindelser og kærlighedsforhold, som om heltene har trukket sig tilbage fra den virkelige verden for at lade sig indføre i følelseslivet. På den anden side ved at bruge modeller uden professionel skuespillererfaring, der ved optagelserne blev bedt om at spille mekanisk og monotont. Serien forsøgte ikke at være virkelighedsnær, tværtimod.

Den anden beslutning var så vidt muligt at integrere biografiske elementer om skuespillerne i seriepersonernes fortælling på skærmen. Derfor har skuespillerne de samme fornavne i serien og i virkeligheden, de er i de samme parforhold, de har den samme fortid og det, der sker for dem i det virkelige liv, gentages efterfølgende i episoderne. Jean Luc Azoulay, den mest betydningsfulde idemand bag serien, forklarer, at det var om aftenen, når han var sammen med skuespillerne, at han udviklede seriens intriger. Fanbladet, som udgives af seriens producenter, styrkede derefter sammenhængen mellem de fiktive og de reelle elementer ved at

tilbyde læserne information, der bekræftede denne sammenhæng.

Mit efterfølgende receptionsarbejde baseres på flere områder:

- observationer i 16 familier af børn, der så en episode af serien. Observationerne blev fulgt af halvstrukturerede interviews om seriepersonerne og de narrative konflikter.
- et spørgeskema sendt til 700 elever i folkeskolens ældste klasser og i gymnasiet i området omkring Paris. Skemaerne vedrører alle serier for unge sendt i fransk tv på det givne tidspunkt og indeholder åbne spørgsmål om de foretrukne seriepersoner, de mindst foretrukne og om udviklingen af serierne.
- en analyse af de breve, som seriens fans har sendt til skuespillerne. Langt de fleste af skribenterne er piger på 8 til 14 år, der bor i provinsen og ofte på landet.

Mine analyser af dette omfattende materiale udkrystalliserede tre store typer af serietolkninger, som hver især har sine egne kendetegn, ikke kun hvad angår fortolkninger af seriens personer og intriger, men ligeledes hvad angår den diskurs, der udtrykkes via tolkningerne og de ritualer, som disse tolkninger forårsager i tolkningsfællesskaberne. Disse tre typer kan man henholdsvis benævne de »almindelige tolkninger«, »fan-tolkninger« samt »de kritiske og parodierende tolkninger.«

De »almindelige« tolkninger

Disse kendetegnes ved to forhold:

- de skabes i fællesskaber, der defineres socialt af køn, alder og social baggrund. Disse tre variable virker sammen på forskellig vis og skaber en række mindre fortolknings- og »snakke«-grupper.
- de forstår den fundamentale modstilling af og mellem seriepersonerne, som den defineres af seriens producenter. Denne komplekse modstilling udtrykkes narrativt i bestemte måder at omtale en række værdier på, hentet fra ungdomskulturen. Seriepersonerne omtaler disse værdier, når de »gør« noget med andre – mod-

sat personer, der »er«, og som er dem, fans foretrækker.

Jeg undersøger den »almindelige« tolkning på basis af spørgeskemaets svar på følgende tre spørgsmål, der alle vedrører den foretrukne serie blandt serier for unge:

- 1) Hvem i denne serie er din foretrukne person? Hvorfor?
- 2) Hvem i denne serie er din mindst foretrukne person? Hvorfor?
- 3) Er der en person i denne serie, som du gerne vil ligne? Hvorfor?

Disse tre spørgsmål er naturligvis ikke objektive: Når man erklærer, at man godt kan lide en serieperson, er det mindre kompromitterende, end når man vil ligne en serieperson – fra spørgsmål 1 til spørgsmål 3 stiger respondenternes udtrykte engagement i fiktionen. Spørgeteknikken er heller ikke objektiv. Når man spørger en elev om serier, som han eller hun godt ved ringcagtes af de voksne (især lærerne), samtidig med, at de ses af klassekammeraterne, fører dette til en skævhed i svarene. I sit valg af svar vil respondenterne nemlig uundgåeligt tage hensyn til dette pres. Det handler derfor ikke blot om at indsamle oplysninger om de faktiske seervaner, men om at arbejde med den diskurs, der konstrueres som svar på en bestemt social situation. I dette tilfælde drejede det sig ikke om at finde ud af, hvem der så *Hélène et les garçons* (eller en anden serie), men om at finde ud af, hvem der ville sige, at de så *Hélène et les garçons*. Analysen drejer sig derfor med Goffmann (1959) om præsentationen af sig selv som tv-seer.

Spørgeskemaet byggede på tre variable: køn (halvdelen piger, halvdelen drenge), alder (tre alderstrin med næsten samme antal: 10-12 år, 13-15 år og 16-18 år) og social baggrund (halvdelen af de besvarede spørgeskemaerne kom fra et prioriteret uddannelsesområde (1), den anden halvdel fra boligområder i de parisiske forstæder). Svarene vedrørende seriepersonerne er meget ens på ét punkt: pigerne, de 10-12-årige og respondenterne med en arbejderbaggrund er klart mere villige end andre til at udtrykke deres engagement i fiktionen. Disse tre variable slår endnu tydeligere ud, når man har en serieperson, man foretrækker, en serieperson man tager afstand fra og en serieperson, man vil ligne. Herudover er der variation i valget af seriepersoner.

De moralske bedømmelser af seriepersonerne

Respondenternes køn påvirker direkte deres moralske opfattelse af en serieperson. Det gælder for eksempel respondenternes valg af foretrukne seriepersoner. Her finder man to modpoler: pigerne foretrækker følsomhed og skønhed, mens drengene foretrækker frækhed og humor. Pigerne foretrækker smukke og romantiske seriepersoner som Dylan og Brandon i *Beverly Hills*. Drengene vælger de seriepersoner, som personificerer oprøret mod skolesystemet eller de voksnes autoritet, og især humor som det kendes fra Will (*Rap Fyr i L.A.*) eller Zack (*Fede fritimer*). Disse to snarrådige og drilske fyre personificerer alle folkeheltens kendetegn, som de blev defineret af Richard Hoggart (1957/1977). Denne generelle regel modificeres dog af alder og social baggrund. Piger fra arbejdsmiljøet er i mindre grad end de andre kvindelige respondenter tiltrukket af de romantiske mandlige seriepersoner. Og de yngste kvindelige respondenter værdsætter venlighed og offervilje overfor andre mere end de ældre piger, som snarere vælger ud fra fysiske kriterier.

Tolkningen af personer i serier er en tolkning af specifikke ungdomskulturelle værdier, og her er særlig én værdi central, nemlig princippet om at være solidarisk overfor gruppen. Man ville klart opnå en fuldstændig anderledes prioritering, hvis man spurgte voksne. For de unge er der to måder at bryde fællesskabet på, det vil sige at forfølge ens personlige mål for succes til skade for de kollektive interesser:

Det kan være ved en yderliggående adfærd, hvad angår seksuelle erobringer (som fører til, at man tager en andens partner). Denne adfærd bebrejdes oftere kvindelige seriepersoner end de mandlige. Pigejægerne vækker snarere misundelse. De unge mandlige tv-seere spejler denne dristighed overfor kvinder i seriepersonerne (de siger for eksempel om Slater »Mr Muscle« i *Fede fritimer*: »han er heldig, han har masser af piger, han får mig næsten til at dø af grin, når han jagter pigerne hele tiden«). Derimod bliver kvindelige seriepersoner, som jagter drengene, konsekvent bedømt negativt: »hun morer sig med drengene, som var de legetøj, hun skifter hele tiden kæreste, hun er lidt for selvsikker« (om Brenda i *Beverly Hills* og om Kelly i *Fede fritimer*). I øvrigt er de »onde« piger i de franske serier altid piger, som forsøger at stjæle andres mandlige

partnere, og som har et instrumentelt forhold til mænd.

At bryde fællesskabet vil også sige, at man har et personligt ønske om social succes og, først og fremmest, succes i skolen. Disse ønsker fordømmes klart mere hos de mandlige seriepersoner end de kvindelige. Hos de kvindelige seriepersoner er det derimod de dygtige og stræbsomme personer, der nedvurderes (som Andrea i *Beverly Hills* eller Jessie i *Fede fritimer*). Man bebrejder dem, at de svigter vennerne og fællesskabet for studier og succes. Man bebrejder dem endda, at de er for feministiske (Jessie i *Fede fritimer* har en for viljestærk personlighed, og hun klamrer sig til kvinders idéer om frigørelse; hun er en intellektuel, der ikke tænker på andet end arbejde). Samtidig giver nogle af respondenterne personerne ret og mener, de har gjort et fornuftigt valg, men ikke alle udtrykker dette. Andrea (*Beverly Hills*) vælges således ofte som den serieperson, som man gerne vil ligne. De artige elever vender tilbage, men kun i fiktionen; det er ikke dem, man drømmer om. Hvad angår de mandlige seriepersoner er de »onde« ofte helte, som er magtbegærlige, pengegriske og successøgende. Det er for eksempel Thomas Fava, den skrupelløse producent i *Hélène et les garçons* eller Carlton, Wills arrogante og indbildske fætter i *Rap fyr i L. A.* Disse seriepersoner vrages af såvel de kvindelige som de mandlige respondenter: »han er for selvsikker, han tænker kun på penge, man kan ikke stole på ham«.

Krydstillede konstruktioner af seriepersonerne

Den individuelle karakteristik af seriepersonerne ligger tæt op ad producenterens tolkningssansninger; der sker ikke fejlfortolkninger af en seriepersons kendetegn, heller ikke selvom disse kendetegn i moralsk forstand trækker i hver sin retning. Derimod virker det, som om det kun er de yngste af respondenterne, der gentager producenterens parvise konstruktion (god versus ond, tro versus utro). Det drejer sig om de yngste børn, der kommer fra arbejdsmiljøet. I *Rap fyr i L. A.* står den unge, smarte rapper Will i modsætning til Carlton, fars dreng, der udelukkende tænker på at dominere de andre. I *Hélène et les garçons* står den søde og trofaste Hélène i modsætning til uhyret Natha-

lie eller til Thomas Fava, som begge to forsøger på at ødelægge parrene i serien.

De ældre respondenter benytter sig af mere komplicerede kombinationer. Disse er altid baseret på diskussion af en moralsk værdi, som personificeres af to seriepersoner, der narrativt repræsenteres som modsætninger. Her er seriepersonernes fysiske kendetegn mindre væsentlige end de psykologiske, og det drejer sig om en moralsk problemstilling. Man kan skelne mellem to forskellige typer af problemstillinger:

a) *Modstillinger i én serie.* Hvis den omdiskuterede moralske værdi er intelligens, kan man modstille Screech, den klodsede, artige elev i *Fede fritimer* og Slater, som har mange muskler men intet i hovedet. Hvad angår troskab, modstilles Hélène, den seriøse og gode veninde, og Christian, den uforberdelige pigejæger, som har hemmeligheder for sine venner (begge i *Hélène et les garçons*). Beskedenhed benyttes af de ældste respondenter til klassificering, da den kan tilkendegives på mange forskellige måder. Det fører til at modstille Screech, som er en genial elev, men som ikke viser det, og Jessie, der forsøger at gøre indtryk med sin succes i skolen (i *Fede fritimer*). Desuden modstilles Linda, som forfører drengene ved hjælp af sin naturlige venlighed og Laly, som gør alt for meget for at gøre drengene tilpas (i *Hélène et les garçons*). Eller Kelly, som i stilhed elsker Dylan, stilles op overfor Brenda, der kræver utrolig meget af samme Dylan (i *Beverly Hills*).

I disse krydstillede værdikonstruktioner fortolkes nogle seriepersoner, og især dem, der har en aktiv og ledende rolle i intrigerne, på mange forskellige måder. Det betyder, at de indgår i meget forskellige logiske modsætninger med andre seriepersoner. Dette er tilfældet med Johanna i *Hélène et les garçons*. Hun vælges af nogle for sin »skrøbelighed«, »hendes uheldige oplevelser med Christian«, kort sagt for hendes funktion som offer. Der ved sættes hun i modsætning til Laly (hun bebrejdes, at hun sårer Sébastien) eller José (som er Bénédicte utro). Andre af de ældste respondenter vælger Johanna, fordi hun er »sjov«, »herlig« eller »kvik«. I denne rolle som frygtløs sættes hun i modsætning til Hélène, som bedømmes som »et pjok«, »farveløs« og »dum«. Endelig lægger andre vægt på Johannas venlighed og hendes hengivenhed overfor vennefællesskabets værdier. Her sættes hun op overfor Christian, som er i stand til at lyve

overfor sine bedste venner. Seriepersonen Zack bruges også til meget forskellige fortolkninger. Han er skiftevis »sjov og flot« (i modsætning til Screetch, som er »latterlig og grim«), »skælmsk og sympatisk« (i modsætning til Slater, som er »opblæst« og egoist»), »modig og fræk« (i modsætning til Jessie, som er en alt for nøjeregnende intellektuel).

b) *Modsætninger mellem personer fra forskellige serier.* De seriepersoner, der personificerer værdier som venlighed og hengivelse, anvendes mere end de andre personer til intertekstuelle sammenligninger. I deres egen serie opbruger de hurtigt mulige modsætninger, fordi deres rolle tvinger dem til at vise et begrænset følelsesregister. Héléne, heltinden i serien af samme navn, er langt fra den person, som oftest er årsag til disse moralske rejser i seriernes univers. I sin egen serie kan hun kun indgå i simple modstillinger (over for Thomas Fava som den onde eller Christian, som personificerer utroskab og holdningsløshed). Men ved at sammenligne hende med seriepersoner i andre serier kan hendes potentielle egenskaber udvides, og forskellige facetter af hendes personlighed kan udbygges, kort sagt kan de intertekstuelle modstillinger gøre Héléne mere kompleks, end hun er i *Héléne et les garçons*. Fordi Héléne altid har held til at forsones og trøste andre, sættes hun i modsætning til François, den klodsede person i *Premiers Baisers* (2), som altid er til besvær og kommer galt afsted. Héléne, som er trofast overfor den fyr, hun elsker, kan desuden sættes i modsætning til Lola, der skifter flere fyre ud i *Le Miel et les abeilles* (3). Héléne, som tager sit sociologistudium alvorligt, og som vækker sine veninder for at de ikke skal komme for sent til timerne, sættes i modsætning til Zack (*Fede fritimer*), som ser mere nonchalant på studierne. Modstillingerne kan også have til formål at kritisere personerne i serierne. For at bevise Hélénes dårlige egenskaber som skuespiller (hvilket hun ofte bebrejdes), sammenlignes hun skiftevis med næsten alle personerne i amerikanske serier, især heltinderne fra *Beverly Hills* og *Fede fritimer*. Hendes farveløshed som person i serien fordømmes ved at referere til Will i *Rap.fyr i L. A.* eller Dylan i *Beverly Hills* (begge disse seriepersoner har en smertefuld familær baggrund).

Tolkninger lavet af fans

Jeg undersøger disse tolkninger på basis af den post, der er blevet sendt til skuespillerne i *Héléne et les garçons*. Det drejer sig om et korpus på omkring

7000 breve, der er udvalgt mellem april 1994 og september 1995.

a) *Tolkninger af privatpersonerne i produktionsprocessen:* Fans af serien *Héléne et les garçons* er fuldt ud bevidst om den industrielle maskine, der er årsag til, at serien eksisterer. Det er en endog meget vigtig dimension i forbindelsen til programmet, da denne maskine tillader dem at undskylde overfor skuespilleren, at han eller hun som serieperson ind imellem irriterer dem.

Allerede på konvolutten er fremstillingsmåden klar; man skriver til en privatperson, så både navn og adresse præciseres på produktionsselskabet, der er ansvarlig for skuespillerens karriere (Héléne Rolles, *Héléne et les garçons*, c/o AB Productions). Fans ved, at der i dette produktionsselskab er professionelle, der er ansvarlige for at lave serien. Der er dog en slående afstand mellem, hvordan fans – ofte korrekt – identificerer fordelingen af opgaver og så deres usikkerhed om, i hvilket omfang de professionelle kan påvirke tv-verdenen.

For eksempel ved seriens fans godt, at der bag historierne er et manuskript. Det henviser de yngste børn indirekte til: »Kan I ikke lave et skænderi mellem Nicolas og Héléne? Og sørge for, at Bénédicte bliver forelsket i Nicolas? Jeg ville være meget glad, hvis I kunne lave det lidt mere spændende« (skrevet af en 11-årig), mens de ældre børn er lidt mere præcise: »Kære Laly, jeg må fortælle dig, at jeg drømmer om sådan et parforhold, som du har med Sébastien. I er meget harmoniske, og trods problemerne er jeres kærlighed meget stærk. Jeg håber ikke, at manuskriptforfatterne vil skille jer ad« (skrevet af en 17-årig).

I henvendelsen til manuskriptforfatteren sker der faktisk to ting. På den ene side er det en måde at bringe programmet inden for seerens rækkevidde. *Héléne et les garçons* er ikke længere kun en god historie, der får én til at drømme om kærlighed; det er også en serie, som har gode og dårlige egenskaber, og seerne har også noget at skulle have sagt, selv om de kun er 10 år gamle. De opmuntrer, kritiserer, foreslår og giver endda udtryk for den idé, at de selv kunne skrive lige så gode historier som manuskriptforfatteren. Dette forsøg på at forudbestemme, hvad tv skal vise synes at være væsentlig for tv-seerens forhold til tv-mediet (Chalvon og Pasquier 1990).

På den anden side er manuskriptforfatterens eksistens årsag til, at man tager idolets underordnede rolle op til fornyet overvejelse, det vil altså sige som

skuespilleren, der er nødt til at sige det, der er skrevet til ham eller hende, hvis vedkommende vil beholde sit job. Denne dimension er uden tvivl særlig interessant for en fan, fordi den indgår i en strategi, som man genfinder på alle niveauer i posten, og som består i, at man skiller skuespilleren fra rollen for at styrke forholdet til den første. Deraf kommer alle de overvejelser i brevene, der undskylder personen i serien hans eller hendes svagheder, idet man lægger ansvaret på produktionsapparatet. Tror Laly på alt, hvad man fortæller hende? »Jeg synes, at du i serien er meget morsom, selvom du ind imellem er lidt naiv. Men det er vel manuskriptet, der er skyld i det?« (skrevet af en 18-årig). Er José endnu engang Bénédicte utro? »Du spiller din rolle godt, men det er synd, at du altid har den dårlige rolle, hvad angår din kærlighed til José«. Hvorfor har Hélène og Nicolas aldrig problemer, skønt tekstredaktøren skifter »offer?« »Jeg elsker serien, men har dog en kritik; men først må jeg sige, at det ikke er henvendt til Hélène Rolles og Patrick Puydebat, men snarere til forfatterne af serien. Jeg synes, at Hélène og Nicolas er for perfekte; ingen mennesker er sådan, så det bliver for urealistisk. Hélène fremstår som en engel, men det er hun langt fra, mens Nicolas virker som gruppens chef. Men, eftersom det er en gruppe, må José, Sébastian, Olivier og Christophe tage beslutningerne sammen.« Begår Olivier en fejl ved at foretrække Zaza fremfor Rosy? »Jeg ved godt, at det ikke er dig, som vælger, hvem du skal gå ud med i serien« (skrevet af 12-årig).

Det samme princip bøjes, hvad angår producenterne, hvis eksistens der ikke er tvivl om, eftersom visse breve stiles personligt til dem, og de hilses ofte med passagen: »Jeg ønsker skuespillerne, producenterne, kameramændene og alle dem, som man ikke ser, et godt nytår. PS: I udkonkurrerer de amerikanske serier fuldstændigt« (skrevet af 14-årig). Engang imellem takkes eller lykønskes producenten. Men for det meste rettes der forespørgsler til ham. Det er ham, som bestemmer over skuespillernes skæbne; han ansætter, fyrer eller udskifter dem (hvilket er til stor bekymring for fans). Han tilegnes også anden magt, som han rent faktisk ikke har. For eksempel at han kan bestemme, om en serie skal sendes, såvel som hvilket tidspunkt den skal sendes på. Seriens fans kan ikke forestille sig, at en anden person bestemmer over producenten, for selv om de udmærket ved, at tv er et menneskeskabt medie, så forstår de kun tv-verdenen, når de sætter den i forhold til de menne-

skelige relationer, de har i deres hverdag. De forestiller sig altså små lukkede kredse ud fra forestillinger om de *virkelige* forbindelser mellem forskellige professionelle skuespillere. De er klar over, at det er manuskriptforfatterens arbejde at skrive episoderne, men det, som det er virkelig vigtigt for dem at vide er, om han er ven med skuespillerne (og hvem af dem), og om de ses privat, når kameraerne er slukket. Seriens fans ved godt, at Dorothee, der er drivkraften bag producentens børneudsendelser, er vigtig for produktionsselskabets succes, men det, de gerne vil vide, er, om hun er misundelig på Hélénes succes, eller om de to er i familie eller venner.

Det samme gælder for skuespillerne: på skærmen spiller de en rolle, og når de er venner i historierne, er det en del af denne rolle. Alligevel handler de fleste spørgsmål i brevene om de private relationer mellem skuespillerne. Hvordan skal man forestille sig, de er, når de ikke længere er på scenen og ikke længere spiller deres rolle? »Kommer du godt ud af det med de andre fra serien? Går I ud sammen?«, »Er stemningen på holdet den samme, når I ikke længere står på scenen?«, »Har du fået venner på holdet?«, »Er de andre piger, som du spiller sammen med, dine venner eller fjender?«, »Hvad synes du om Hélène Rolles?«, »Hvordan var det for dig i starten at komme ind i gruppen? Jeg har læst, at Hélène i begyndelsen var mistroisk over for folk, indtil hun stolede på dem«, »Er der en god stemning, eller skændes I?«. Dette er altså de virkelige spørgsmål, som fans stiller om tv.

b) Tolkninger af seriepersoner som privatpersoner: Først er der den serieperson, man ser på tv. Man kender hans eller hendes udseende. Bagved denne person er der en skuespiller. Man kender vedkommendes navn fra rulleteksterne eller fra pressen. Men skuespilleren er også en privatperson, der har en fortid, en familie og en historie. Han eller hun personificerer en rolle, skuespilleren udfører sit arbejde, og denne person eksisterer altså i virkeligheden. Det er netop denne fysiske, menneskelige og affektive person, der interesserer en fan. Næsten alle brevene er udtrykkeligt adresseret til privatpersonen og ikke til seriepersonen.

De, der ikke gør dette, er klart i mindretal. Det kan være brevskrivere med helt specielle træk. De fleste af disse breve bekræfter, at der er tale om en fuldstændig sammenblanding af serien og det virkelige liv, og de kommer fra unge mænd, der er mere end 20 år gamle. Der er blandt andet to drenge,

der har skrevet til Héléne hver eneste uge, ja endog hver eneste dag igennem flere måneder. Det betyder, at de adskiller sig fra profilen af de andre fans på alle punkter: alder, køn, bopæl og rytmen i korrespondancen. Der er uden tvivl tale om patologiske tilfælde, der kræver klinisk analyse.

Andre breve, der er skrevet af mindre atypiske fans, er mere interessante. Der er tre forskellige slags. En kvindelig brevskriver resumerer fint den første gruppe: »Jeg ved godt, det bare er en føljeton, men jeg synes, det gør mig ondt«. Visse kærlighedsintriger, ofte et sidespring eller en kurre på tråden, har fremkaldt stærke reaktioner, og brevet fokuserer på den lidelse, som en person i serien har været udsat for. Enten beder brevskriveren den, der har såret en anden om at holde op, eller også ønsker han eller hun at vise sympati med den, der er blevet såret. Det er naturligvis meget anderledes i de breve, der er skrevet til manuskriptforfatteren eller producenten, hvor man beder en person i serien om at handle i forhold til en anden (»Sébastien, hold op med at bedrage Laly«, »Sebastian, jeg beder dig, lad være med at såre Laly«).

Den anden gruppe handler om de intriger, som anbringer seriepersonerne i en usædvanlig situation, der er modsat af eller i hvert fald anderledes end den, de normalt befinder sig i. Fanbrevene kommer forsigtigt ind på Lalys eller Josés sidespring, ikke alene uden at frygte konsekvenserne for det videre forløb i fortællingen, men især uden at forestille sig, at de forskellige uoverensstemmelser, der iscenesættes på skærmen, på nogen måde kunne svare til sande historier, som personer i serien har været ude for. I bedste fald kritiserer de manuskript idéen for at have for ringe kvalitet. I *Héléne et les garçons* personificerer José og Laly en overdreven trang til at forføre. Det er deres narrative funktion, som de må rette sig efter, og det er en del af manuskriptet. Derimod fremkaldte Hélénes uventede sidespring stor ophidselse. I dagene efter, at episoden blev sendt, blev producenten stormløbet af fans, der rasede over den uhyrlige situation. Tusindvis af breve og beskeder på fax og Minitel (4) blev sendt til Nicolas (for at foreslå ham måder, hvorpå han kunne generobre Héléne) og til Héléne (for at give udtryk for, at afsenderne var stødt over hendes sidespring). Pludselig var bedraget ikke længere en narrativ kode, men kastede en skygge på Hélénes person og ødelagde Nicolas liv. Eftersom sidespring var uforudsigeligt, skabte det en usædvanlig reaktion på programmet. Seriens fans havde fået en ukendt besked, der ikke kunne

tydes; en slags besked »uden for serien«, som derfor krævede, at man skred til handling. Producenterne og manuskriptforfatterne fortæller, at de var de første til at blive overraskede over omfanget af denne reaktion. De blev også urolige; det var jo blot en idé, der var beregnet på at ændre rytmen, og som nu risikerede at bryde forholdet mellem Héléne og hendes fans.

Den tredje gruppe breve angår usædvanlige intriger; ikke på grund af de personer, der er indblandet i dem, men på grund af de emner, de omhandler om. Således er intriger, hvor stoffer eller AIDS er involveret, sjældne i serien, og de har spredt en sand frygt (»Sébastien, forsøg at lade være med at tage stoffer, bed nogen om hjælp, gør noget!«, »Nathalie, du bliver nødt til at gå til lægen«, og til Thomas Fava: »Hvordan har du fået AIDS?«). Det samme gælder for intriger, der handler om de biologiske bånd. *Héléne et les garçons* iscenesætter generalt set helte, der er afskåret fra familielivet, så pludselige intriger, der handler om blodets bånd, forvirrer seriens fans. Forrige sæsons intriger om Lindas abort og Rosys graviditet har forvirret nogle fans, der ikke troede på, at det var manuskriptforfatteren, der greb ind, eftersom man da ikke kunne gøre grin med sådan et emne (»Rosy, hvad vil du gøre med din baby?«, »Linda, jeg er ked af, at du har mistet dit barn«).

Alle disse breve, hvor man lader sig rive med af fiktionen, har en ting til fælles. De handler ikke om de sædvanlige intriger, men om intriger, der befinder sig uden for de narrative konventioner, som de unge tv-seere forventer. Det må dog understreges, at der kun er få breve i forhold til det samlede korpus, som giver det fiktive univers så meget spillerum, og der henvises ofte til serien som et tv-produkt, selv om der samlet set synes at være en vis sammenblanding.

Den typiske fan – en pige mellem 8 og 14 år, der bor i provinsen (ofte i en landsby) – skriver altså til en privatperson, som hun adskiller fra den person, hun ser på skærmen. Brevene til de »onde« seriepersoner er derfor interessante, fordi de viser den komplekse holdning, som fans har til rollerne på skærmen og i det virkelige liv. Der er, med få undtagelser, ingen tvetydigheder: seriens fans ved godt, det er en rolle. Men samtidig, når de beder om en autograf, kan de alligevel ikke lade være med at brokke sig over skuespillerne og spørger, om der er sammenfald mellem de to personligheder – altid for andre end dem selv, som man kan se af det følgende:

Kære David, jeg må først sige, at dette brev ikke er ment som en fornærmelse. Jeg ved, at der er nogle, der kritiserer dig i brevene. Men faktisk er det jo ikke dig, men Thomas Fava. Jeg hader Thomas Favas rolle, for han har såret Hélène meget, men så siger jeg til mig selv, at heldigvis er David alletiders (skrevet af en 11-årig).

Kære Karine, jeg skriver til dig for at fortælle dig, at jeg rigtig godt kan lide din fortolkning i serien. Det er rigtigt, at folk altid tror, at skuespillere og skuespillerinder selv forestiller det, de fortolker. Kort sagt, jeg er sikker på, at du er sød, og jeg benytter mig af lejligheden til at bede dig om et billede med autograf (skrevet af en 12-årig).

Uanset, om man kan lide personen i serien eller ej, så er det jo netop bare en, der har en bestemt plads i fortællingen. I øvrigt kan rollerne i tidens løb besættes med forskellige skuespillere. Når en skuespiller forlader serien (som regel efter en uoverensstemmelse om fornyelse af kontrakten), tager en anden vedkommendes plads i ordets bogstavelige forstand, da afløserne ikke bare har de samme funktioner i kærlighedens grammatik og i venskabsrelationerne, men også får den forriges plads og seng. Disse udskiftninger generer ikke seriens fans. »Det er ærgerligt, at Johana og Christian er ude af serien. Men de er jo blevet afløst meget godt«, »Laly, du er virkelig ekstremt god i serien som Johana, du erstatter hende godt«, »Jeg er ked af, at Johana og Christian har forladt serien, for de var utroligt sjove. Nu er det Laly, som overtager jobbet«. Beundringen er for de virkelige mennesker og ikke for seriepersonerne, hvilket dog ikke afviser, at man kan føle sig mere eller mindre beslægtet med dem i serien.

Den anden dimension af seriepersonen er selve skuespilleren. Man både frygter og beundrer skuespillerjobbet. Der er meget få breve, som ikke udtrykker et ønske om, at brevskriveren med tiden kan blive skuespiller eller sanger (»Da jeg var lille, omkring seks år, ville jeg være bondekone, men nu vil jeg være skuespillerinde som dig«). Men der udtrykkes forskellige forhindringer for, at sådan et ønske kan realiseres, alt afhængig af brevskriverens alder. De mindste afskrækkes ved tanken om de lange tekster, som de skal lære udenad (»Jeg spørger mig selv, hvordan I gør for ikke at lave fejl, det må være svært at huske teksterne«) og alt det, som de skal forestille (»Hvis jeg var jer, ville jeg aldrig kunne vise følelser, huske teksterne og lade

være med at skraldgrine ved den mindste vittighed«). De 15-16-årige brevskrivere er ikke så godtroende. De har forstået, at karriereproblemerne er mere sociale end tekniske, da det er vigtigt at kende nogen, der kan introducere én til de rette kredse, og at det sker i Paris. I hvert fald ikke dér, hvor brevskriverne kommer fra. Nogle breve er patetiske (»Jeg beder dig, hjælp mig, du er min sidste chance. Kan jeg ikke besøge dig bare en enkelt dag? Alle siger, at jeg er som skabt til at være skuespiller, men *castings* finder sted i Paris, og dér kender jeg kun dig«).

»Jeg foretrækker dig, som du er i serien«, skrevet af 12-årig. Seriens fans elsker hverken stjernerne eller seriepersonerne, men de almindelige mennesker bagved, og de forsøger at lære disse almindelige mennesker bedre at kende. I brevene er meningen med at skrive meget tydelig: Ved at henvende sig til privatpersonen, forbedrer en fan sine betingelser som fan, og er ikke længere en tv-seer, der taler til sit tv-idol. Forholdet er snarere af en social karakter, der tillader udveksling og gengældelse af forhold og følelser. Når fans taler til deres idol, bruger de ord, som om det ikke var en fan, der talte: »Jeg ved at mange børn holder af dig og kender dig gennem din rolle i serien. Men det er lige modsat for mig. De fleste fans elsker Cricri, men ikke mig, jeg holder af Cricri, men ham, jeg foretrækker, er Sébastien Roch, det vil sige dig. Ja, den lille dreng DJ på 9 år, som har forladt Toulouse som 15-årig for at tage til Paris. Når de skriver »Cricri d'amour« i de bøger, jeg har købt, bliver jeg irriteret, og jeg spørger mig selv, hvorfor skriver de ikke Sébatian Roch?« (skrevet af en 12-årig). »Jeg må lige slå fast, at jeg ikke skriver til Laly fra *Hélène et les garçons*, men til den rigtige Laly Meignan. Jeg skriver til dig, for da jeg læste dine interviews i flere forskellige blade, lagde jeg mærke til, at vi har mange ting til fælles. Hvis alt det, man siger om dig i bladene, er sandt, må man sige, at vi ligner hinanden meget« (skrevet af en 17-årig).

For at kunne lære privatpersonen at kende, må man altså fastlægge, hvem seriepersonen er. Det er ikke nogen let opgave. Tv har stået for præsentationerne: »Det er jo gennem tv, jeg har mødt dig, men vi kunne lige så godt have været barndomsvenner eller pennevenner. Skæbnen ville, at du kom på tv, og det gjorde jo, at jeg så dig, ellers ville vi vel aldrig have hørt om hinanden« (skrevet af en 14-årig).

Men hvad kan tv ellers tilvejebringe? Skuespillerens »rigtige« navne på rulleteksterne, som er vigtige

ge, men det er ikke nok. Det handler om at vide mere end det, der bliver vist, og det er et projekt, der kræver en stadig årvågenhed for at genskabe en verden uden for skærmen ud fra de elementer, der er forbundet med denne verden. Seriens fans indsamler oplysninger hos andre fans («Der er nogen, der siger...»), køber de relevante blade («Jeg har læst, at...») og skriver for at få bekræftet det, som de har fået at vide («Er det rigtigt at...»).

Men samtidig er det med seriepersonen fra skærmen, at der skabes en daglig kontakt, episode efter episode. Det er ham eller hende, man kender bedst og hvis vaner, tics og fysik, man har lært at kende. Seriens fans må nødvendigvis udforske privatpersonen ud fra den person, de kender fra serien:

Hélène, jeg spørger mig selv, om du i virkeligheden er som i serien. Hvis du er det, er du i hvert fald alle tiders pige (med enkelte fejl, ligesom alle andre). Men når du nu spiller den person, så må det vel være, fordi du har noget til fælles med hende. Jeg må fortælle dig, at jeg tror, du er rar, og du ser sød og kærlig ud. Der er ikke noget, der er så dejligt som at se dig og høre dig snakke og synge. (skrevet af en 13-årig).

Faktisk er det vigtigste for seriens fans at få at vide, om den serieperson, som de elsker på skærmen, er ligesom de private mennesker, som de gerne vil i kontakt med. »Laly, jeg hedder Jennifer og er 12 år gammel og fan af dig. Du er den, jeg bedst kan lide i *Hélène et les garçons*. Du har alletiders rolle, som du også er god til. Hvis du i virkeligheden er ligesom i din rolle, kan jeg rigtig godt lide dig. Selvom du nu alligevel ikke skulle være som personen i serien, er jeg sikker på, at jeg alligevel ville holde af dig«. Kan privatpersonen lide den person, vedkommende spiller i serien? («Kan du godt lide, at man kalder dig Cricri d'amour?», »Er det dig, der har valgt navnet Nicolas?«). Kunne han eller hun leve, ligesom de gør i serien? («Jeg har et spørgsmål: Da Thierry truede Laly med en kniv i filmen, greb du ind. Ville du gøre det i virkeligheden?«, skrevet af en 14-årig. »Olivier, jeg vil først spørge dig om en ting: Kunne du godt leve sammen med en pige som Rosy i det virkelige liv?«, skrevet af en 26-årig). Seriens fans stiller altså alle den slags spørgsmål.

Pressen spiller en væsentlig rolle for konstruktionen af privatpersonen som et almindeligt menneske. Det har seriens producenter forstået. I 1992 lancerede de et månedsblad *Télé Club Plus*, der tryk-

kes i 200.000 eksemplarer. Det giver producerne mulighed for at forsyne idoldyrkerne med alle mulige oplysninger om skuespillernes privatliv. I *Télé Club Plus* taler man meget lidt om selve serierne, for det er ikke formålet med bladet. Serien skal ses, mens fanbladet derimod skal bruges til at udvise den afstand til privatpersonen, som tv kan skabe. Der er derfor tale om en dobbelt strategi: På den ene side skal privatpersonen smelte sammen med seriepersonen, og på den anden side skal privatpersonen tættere på seerne. Mange oplysninger fra fanbladet bruges altså af seriens fans til at få bekræftet deres fornemmelser om, at der er overensstemmelse mellem privatpersonen og seriepersonen fra skærmen. Bladets skribenter gør deres arbejde godt: Hélène elsker sin familie, naturen og fører en stille tilværelse, Sébastian går intenst op i musik osv. Bladet giver altså udtryk for, at tv-rollen ligger i naturlig forlængelse af skuespillernes personlighed, at den er en anden del af deres karakter, der næsten tilfældigt kommer til udtryk på skærmen, for vedkommende kunne faktisk lige så godt have de samme tanker og den samme opførelse hjemme hos sig selv eller hos vennerne.

Kritiske og parodierende tolkninger

Blandt de unge har *Hélène et les garçons* et kritisk publikum, der dog stadig er trofaste overfor tv'et. Det er en helt anden type end de yngste drenge fra folkeskolen, som ikke vil se serien eller benægter, at de ser den, af frygt for at skulle gå på kompromis med deres maskuline identitet. Og anderledes end de 13-14-årige piger fra folkeskolen, der opdager, at serien kan få dem til at virke barnlige i deres omgangskreds. Disse kritiske tv-seere skjuler sig ikke, men tilstår, at de ser *Hélène et les garçons*. Men denne tilståelse indgår i en retorisk strategi, der skal vise, at deres måde at se serien på er fuldstændig anderledes end de andre tv-seeres. De synes nemlig, serien er kedelig, dum og endda uudholdelig. Det er netop derfor, at de ikke må gå glip af en episode.

Faktisk er deres holdning ikke så paradoksal, som den kan forekomme. Der er et formål med denne retorik. Først og fremmest gør den det muligt at se serien, for ved at give udtryk for en kritisk holdning gør de unge klart, at der er forskel på dem og de andre skolebørn, der ser serien. Selvfølgelig ser de den samme serie, men det sker med forskel-

lige øjne. Desuden er det en måde at solidariser sig med andre, der er lige så kritiske. Det er en slags »os« mod »dem på skærmen«, som Tamar Liebes' analyse viste det om tv-seere, der ser Dallas (Liebes 1994). De fascineres af seriepersonen JR, men tager samtidig afstand fra ham. Det er altså en gruppe, der er struktureret omkring en fælles afstandtagen: de gør i fællesskab grin med H¹⁷ne, de mener i fællesskab, at dåselatteren er latterlig, de griner sammen i cafeteriet af de evigt tilbagevendende historier. Den kritiske tv-seers holdning er kun levedygtig i et fællesskab. Det følgende uddrag fra et gymnasieblad redigeret af en 2.g'er fra en vestlig forstad til Paris slår tonen an:

I denne måned har jeg valgt at tale om de tv-serier, som efterhånden har invaderet os, og hvor det intellektuelle niveau er omkring nulpunktet. Disse serier gør os helt salige: propfyldte med kærlighedshistorier om piger og drenge med et udseende, der kan gøre alle misundelige, og ikke at forglemme den uundgåelige dåselatter. Men selvfølgelig ser I ikke den slags bras (det er flovt overfor vennerne). Løgnere! Vi kender jer: lige så snart I kommer hjem, slænger I jer i sofaen og tænder for *Hélène og co...* Men I skal ikke være bange; jeres gode rygter er reddet, for I er ikke de eneste!.. Jeg vil foreslå jer et udvalg af tidens succesfulde serier. Og læg især mærke til sloganet: Watch more TV!

Når studerende bliver spurgt om *Hélène et les garçons*, siger de næsten det samme. »Det er endnu en åndssvag serie, men den er ikke så slem som de andre. Den er et godt diskussionsemne!«, forklarer en studerende på 22 år. »Alle hader den, men alle ser den, især når man babysitter«, siger en 19-årig studerende. »Den eneste undskyldning for at se den er, at når man kommer hjem fra timerne, så er man fuldstændig udkørt. Man flyder med strømmen, man tænker ikke. Den er perfekt til eksamenslæsning, fordi den er så åndssvag«. »Man taler meget om den, man men overdriver for at håne og latterliggøre seriepersonerne, engang imellem morer man sig med at grine ligesom i serien, måske også for at aflede opmærksomheden fra det faktum, at man trods alt selv ser den...«

Ud over kritikken er der parodien. Det parodierende fællesskab rekrutterer sine medlemmer hos de studerende på udvalgte universiteter og højere læreanstalter og tæller en hel del mandlige studerende. Det drejer sig altså om kultiverede tv-seere, der også er gamle nok til at adskille sig fra tv-seere som de små fans i folkeskolen. Og netop fordi de

adskiller sig, kan de indgå i det parodierende fællesskab. Det, der parodieres, er ikke serien, men dens fans. Eller snarere den opfattelse, man i studentermiljøet har af H¹⁷nes fans: naive og godtroende fans, som tager både seriepersonerne og historierne for gode varer. I den forstand er det parodierende fællesskab dybt afhængig af, at man kan bevise, at der eksisterer et fællesskab af rigtige fans, som er tilpas stort og synligt til, at parodieringen giver mening. Parodieringen er da også ophørt efter, at dyrkelsen af H¹⁷ne er blevet mindre udbredt, og efter at seertallet er begyndt at falde.

Disse studerende håner ikke seriens indhold ligesom medlemmerne i det kritiske fællesskab. De forsøger heller ikke at bagtale den. De spørger med dem, som de formoder ser serien med uforbeholden beundring, og som lever sig fuldstændigt ind i den. »Jeg er stor fan af serien«, forklarer Sévérine, 21-årig studerende ved Det juridiske Fakultet i Paris, Assas. »Jeg er fuldstændig afhængig af serien. Nogle gange pjækker jeg fra timerne for ikke at gå glip en episode. Den er simpelthen genial. Har du hørt om det frygtelige, som Johana oplevede i går? Hun havde tabt den ring i gymnastiksalen, som Christian havde givet hende, og så tog Nathalie den. Hvad siger du så? Det var grusomt, men heldigvis lykkedes det Bénédicte at skaffe den tilbage. Sikke spændende ... Nej, jeg vil ikke kritisere den, det hele er godt, det er fedt, jeg vil endda sige, at det er dybt. Synes du ikke?«

Faktisk opfører de falske fans sig så vidt muligt ligesom de rigtige fans. De får venner til at fortælle dem om de episoder, de ikke selv har set (»Man ordner det sådan, at der altid er én, der ser den« fortæller Sévérine, som følger serien med to venner fra samme årgang på jurastudiet), de diskuterer intrigerne og de forsøger at få fat på uofficielle oplysninger om skuespillerne for at fortælle dem til de andre falske fans. (Når jeg har interviewet de studerende eller de andre fans, er jeg ofte blevet spurgt, om jeg har mødt H¹⁷ne og om, hvordan hun er). De siger desuden, at de synes, serien er usædvanligt vellykket. Alligevel går de falske fans ikke så langt som til at skrive til H¹⁷ne eller indsamle ting vedrørende serien. De tænker heller ikke et øjeblik på at gå til en af H¹⁷nes koncerter. Der er derfor heller ingen kontakt med de rigtige fans (en studerende fortalte, at hun havde set nogle episoder med sin 7-årige kusine hos deres bedstemor, og hun følte sig generet af det: »Det var ikke ligesom at se dem efter timerne«), og der er heller

ikke noget ønske om at komme i kontakt med idolerne. Der er altså stor forskel. Faktisk er der altid et tidspunkt i interviewet, hvor sandheden kommer for dagen (»Nej, jeg må nok indrømme, at den er fuldstændig idiotisk«), ikke så meget som en fortløbig meddelelse, snarere for at sikre sig, at interviewereren ikke er i tvivl om den adspurgtes mening. Den er i øvrigt ikke helt klar, for naturligvis spørger de studerende med, at de er vilde med Hélène. Men samtidig ser de flittigt serien og bruger ikke så lidt tid på at tale om den, uden at man kan være sikker på, om deres glæde er overdrevet. De beklender selv, at de efter nogle episoder gribes af serien og hader at gå glip af den. »Når jeg kommer hjem, tænder jeg for *Hélène et les garçons* og slapper helt af. Jeg tømmer mit hoved efter timerne og nyder det. Jeg morer mig på forhånd, når jeg tænker på det, vi skal snakke om dagen efter«.

På Institut for Statsvidenskab i Paris (*L'institut d'Etudes Politiques de Paris*) (5) grundlagde en elev på sidste år endda en elevorganisation, Le GAP, som i 1993 forsøgte at komme i Studenterrådet ved hjælp af en valgkampagne baseret på temaet »Hélène et les garçons, den er genial«. »Jeg fik idéen, da jeg så *Voisin voisine*« (6), forklarer initiativtageren:

Vi tilbragte søvnløse nætter på kollegiet; vi var fire-fem stykker på værelset, der så *Voisin Voisine*. Vi var ved at dø af grin. Senere opdagede jeg *Hélène*, og den var virkelig over al forventning. I begyndelsen lavede vi bare nogle plakater med uddrag fra *Hélène et les garçons* og *Voisin voisine*. Senere begyndte vi at uddele flyveblade med resuméer af episoderne. Folk kom og spurgte os: »Hvad skete der i går?« Derfor begyndte vi at lave skriftlige resuméer, som vi hængte op hver dag. Det var for at tilfredsstille efterspørgslen. I valgperioden havde vi et bord, hvor der lå eksemplarer af *Bravo Girl!* (7) og vi lavede en underskriftindsamling for at få Johana tilbage til serien. Vi spillede også Hélénes sange, det gik fint, til sidst kendte allesammen teksterne, og vi morede os. Når man taler om Héléne på Sciences Pô, er det ikke nødvendigt at fortælle, at serien er out. Vi kritiserer ikke. Det rækker at sætte en plakat op, så har alle fattet det. Vi var otte på GAP's valgliste, og vi så alle episoderne, mens vi tog notater for at lave resuméer. Til sidst var der faktisk flere, der var helt afhængige, det var helt utroligt. Det gik i hvert fald; vi fik 9% af stemmerne takket være Héléne.

GAPs flyveblade er faktisk en blanding af falsk idoldyrkelse (episoderne genfortælles, som om de rummede exceptionel spænding, og intrigerne roses til skyerne: »Vanvittig morsomt!«, »genial humor!«) og forsigtig kritik. Ved at afslutte hvert resumé med sætningen »Idiotien gælder kun, hvis den deles af alle«, tager GAP sine forholdsregler og advarer læserne om den status, de skal tillægge kampagnen: En studenterspøg på en institution, der ellers ikke beskæftiger sig meget med dem. Det er også meget sigende, at GAP i sine kampagner har forbundet *Hélène et les garçons* med *Voisin voisine*, en af de mest middelmådige serier, som fransk tv nogensinde har produceret og med *Bravo Girl!*, et blad, der især er adresseret til unge fra arbejderklassen. Det drejede sig om at sende den samme besked ud på tre forskellige måder: »Her er nogle kulturelle produkter, der ikke er beregnet til jer, men mor jer med at lade som om, de var det«. Denne besked, som gør brug af omvendt elitisme, er mere ment som en social parodi end som kulturelt praleri; en slags skarpt snobberi, ikke så meget over for fans, men snarere overfor kritikerne, der mener, de må tage afstand til serien for at se den.

Konklusion

Tolkningen af tv bygger altså stadig på en form for fællesskab. Som Daniel Dayan og Elihu Katz har vist det for de store tv-oplevelser (Dayan og Katz 1992), er tv centrum for fælles oplevelser i hjemmet baseret på mikro-fællesskaber, der på en gang er orienteret mod et fælles symbolsk centrum og indbyrdes forbundne via dette centrum. Fantolkninger og parodierende tolkninger er de eneste, som har dannet officielle fællesskaber. De almindelige tolkninger er mere fleksible fællesskaber med undergrupper, der er baseret på alder, køn eller klasse. Disse tre variable fungerer for det meste sammen og fastlægger de undergrupper, der skabes lokalt. Der er dog altid tale om sociale fællesskaber.

Disse fællesskaber afhænger af hinanden, selv om hver især opretholder sin egen indre sammenhæng og bygger på en enighed om de principper, der styrer tolkningen. Tolkningsfællesskaberne skabes i et socialt rum, hvori der også indgår magt. De forskellige tolkninger placeres i forhold til hinanden ud fra et centrum, nemlig den såkaldte fantolkning, det vil sige tolkningen uden afstandtagen, som fans menes at praktisere. I virkeligheden

lader det ikke til, at nogen befinder sig i dette centrum, med undtagelse af nogle sygelige tilfælde, og alligevel er denne tolkning:

grundlaget for fans'enes forsøg på få et særligt forhold til deres idol («Jeg ved, at de fleste af dine fans elsker dig på grund af din rolle i serien, men det er ikke derfor, jeg kan lide dig»)

grundlaget for de parodierende tolkninger. Parodi er en spøg med den sygelige fan, der ikke kan leve uden sit program, og som lever sig ind i det, som om det var en virkelig verden

grundlaget for de almindelige tolkninger, for den påvirker undergrupper (pigerne, de yngste), som man vil tage afstand fra i præsentationen af sig selv som tv-seer på den sociale scene.

En fan siges altid at være en anden person end én selv. Det fører til konstruktionen af tolkningsfællesskaber, der bygger på en formodning om, at der findes en afvigende tolkning og et ekstremt forhold til tv. Når alt kommer til alt, er det så ikke også den underforståede mening i den kultiverede kritik af fjernsynet? Forestillingen om, at programmerne er skadelige for dem, der ser dem, bygger indirekte på en afstandtagen til de formodede farer ved fiktionens verden. At der rent faktisk sjældent eksisterer nogen fare har ikke så stor betydning, for ved at tage afstand til den, fastslår man, at man ikke er en del af den. Den formodede fare bruges derfor i høj grad strategisk.

Noter:

1. Et prioriteret uddannelsesområde, *Zone d'Education Prioritaire*, er en lovbestemt zone i Frankrig, hvor visse uddannelses-institutioner modtager supplerende statsstøtte for at bekæmpe uligheder på uddannelsesområdet (overs).
2. *Premiers Baisers* er en fransk serie for unge (overs).
3. *Le Miel et les abeilles* er ligeledes en fransk serie for unge (overs).
4. *Minitel* er et fransk telekommunikationssystem med adgang til databank (overs).
5. *L'Institut d'Etudes Politiques de Paris* er en højere læreanstalt med meget hårde optagelseskriterier. Studenterne kalder den »Sciences Pô« (for Politiske Studier).
6. En anden fransk serie af meget dårlig kvalitet, der sendes om natten.
7. *Bravo Girl!* er et ungdomsblad for unge, der tematiserer de unges første seksuelle erfaringer.

Litteratur

- Allen Richard (1985): *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Brown, Mary-Ellen (1994): *Soap Operas and Women's Talk*. London: Routledge.
- Chalvon-Demersay, S, og Pasquier, Dominique (1990): *Drôles de stars, la télévision des animateurs*. Paris: Aubier.
- Dayan, Daniel og Katz, Elihu: *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eco, Umberto (1993): *De Superman au surhomme*. Paris: Grasset.
- Goffmann, Erwin (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Hoggart, Richard (1977): *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*. Harmondsworth: Penguin. Opr. 1957.
- Liebes, Tamar (1994): A propos de la participation du téléspectateur. *Réseaux* 64.
- Matelski, Marilyn (1988): *The Soap Opera Evolution*. Jefferson NC: McFarland.
- Pasquier, Dominique (1996): »Teen series: Reception. Television, Adolescence, and Culture of Feelings«. *Childhood* nr.3. London: Sage.
- Radway, Janice (1985): *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Kommunikationsstrategier i danske sundhedsinformerende brochurer (1)

Af Bo Laursen

Hvilke kommunikationsstrategiske overvejelser ligger bag udformningen af sundhedsinformerende brochurer? Hvori består den retoriske udformning af budskaberne og hvilke genre-mæssige arketyper findes indenfor netop sundhedsinformerende brochurer? Dette er nogle af de spørgsmål forfatteren besvarer i artiklens diskursanalyse af 13 danske brochurer. I alt 5 mikrohandlinger identificeres som genre's prototypiske rygrad og 2 arketyper opstilles, nemlig henholdsvis den »traditionelle« og den »moderne« sundhedsinformerende brochure.

Diskursproduktion er en kognitiv proces, der er kendetegnet ved at afsender er tvunget til at foretage et stort antal valg, der relaterer sig til udformningen af det budskab, som han ønsker at kommunikere. Hvert valg foretages – bevidst eller ubevidst – i forhold til forskellige parametre som f.eks. tema, kommunikativt formål, målgruppe, medium, psykologisk relation mellem afsender og modtager m.m. Diskursproduktion er således en *strategisk aktivitet* forstået på den måde, at hvert funktions- og formvalg er resultatet af en overvejelse om, hvad der er mest formålstjensligt under de givne kommunikative omstændigheder.

I denne artikel præsenteres resultaterne af en analyse af et korpus af danske sundhedsinformerende brochurer. Brochurerne er analyseret med det formål at beskrive udvalgte aspekter af de strategier, som brochureproducenterne har anvendt i deres løsning af en bestemt kommunikationsopgave.

Ved 'sundhedsinformation' forstås i det følgende forskellige kommunikative aktiviteter, som har til formål at få modtagerne til at ændre visse typer af adfærd, som afsender anser for sundhedsskadelige. Eksempelvis gøres der fra forskellig side en ihærdig kommunikativ indsats for at få den danske befolkning til at holde op med at ryge, fordi tobaksrygning antages at fremkalde kræftsygdomme. *Dyrk motion!*, *Spis flere grønsager!*, *Nedsæt dit alkoholforbrug!*, *Dyrk sikker sex!* er eksempler på budskaber af samme type. Den sundhedsinformation, der her er tale om, fokuserer på sammenhængen mellem

visse typer af livsstil (adfærd) og sygelighed, og de sygdomme der er i fokus, benævnes da også ofte 'livsstilssygdomme'.

Budskaberne formidles på mange forskellige måder, bl.a. via plakater, foredrag, avis- og ugebladsannoncer, udstillinger, busstreamers, undervisning, TV- og radioudsendelser, brochurer, foldere m.m. De undersøgelsesresultater der rapporteres i denne artikel vedrører udelukkende budskaber formidlet gennem brochurer og foldere (2).

I stedet for at anvende betegnelser som (sundheds-) 'information' og (sundheds-) 'oplysning' om denne type af kommunikationsaktiviteter burde man ud fra et funktionelt synspunkt snarere anvende betegnelsen 'adfærdspåvirkning'. Formidling af informationer om sundhed indgår ganske vist som et element i denne type af kommunikationsaktiviteter, men her som i alle andre tilfælde, hvor informationsformidling finder sted, har denne en dybereliggende funktion. Brochureproducenterne informerer således ikke blot for informationens egen skyld, men i håbet om at de formidlede informationer fører til en adfærdændring hos målgruppen. Sundhedsinformerende brochurer tilhører den type af diskurser, som i dele af den engelsksprogede diskursanalytiske litteratur omtales som *hortatory discourse*, og som Longacre beskriver således:

Hortatory discourse aims at influencing conduct, that is, getting the receivers of the text to do so-