

Lunds Universitet
Språk- och litteraturcentrum
Filmvetenskap
Handledare: Lars-Gustaf Andersson
2008-01-17

Pontus Gunnarson
FIVK01

“Coffee is not coffee! Coffee is sex!”
– Kodade identiteter och intertextuellt kaos i *Seinfeld*

Innehållsförteckning

1.1 Inledning	s. 3
1.2 Frågeställning	s. 4
1.3 Metod	s. 4
1.4 Teori	s. 5
1.5 Presentation av primärmaterial	s. 9
2.1 Seinfelds karaktärer	s. 9
2.1.1 Jerry Seinfeld: Komikern	s. 10
2.1.2 George Costanza: Neurotikern	s. 11
2.1.3 Cosmo Kramer: Galningen	s. 11
2.1.4 Elaine Benes: Moralisten	s. 12
3.1 Postmodern humor	s. 13
3.1.1 Tecken	s. 13
3.1.2 Parallellisering	s. 15
4.1 Identitetskodning	s. 17
4.1.1 Kommodifiering av identitet	s. 18
4.1.2 Konstruerad identitet	s. 20
4.1.3 Intertextuell identitet	s. 23
5.1 Slutdiskussion	s. 27
6.1 Källförteckning	s. 29
6.1.1 Primärmaterial	s. 29
6.1.2 Sekundärmaterial, filmer	s. 29
6.1.3 Sekundärmaterial, TV-serier	s. 30
6.1.4 Sekundärmaterial, tryckt	s. 31
6.1.5 Sekundärmaterial, otryckt	s. 32
6.1.6 Övrigt	s. 32

1.1 Inledning

90-talets kanske allra populäraste komediserie stavas *Seinfeld*. Det kanske mest uppseendeväckande med serien är handlingen; *Seinfeld* säger sig handla om *ingenting*. Intresset hos mig väcktes dock av en annan anledning; bristen på moraliskt budskap. *Seinfeld* är i sin genre en föregångare på den här punkten, en frisk fläkt av förändring inom komediseriens värld som än idag mer ofta än sällan levererar ett samhällsfrämjande budskap i slutet av varje avsnitt: Populära exempel som *Vänner* (som möjligtvis kan tävla med *Seinfeld* i antal tittarsiffror), *Full House*, *Joey*, *That 70's Show* och t.o.m. *The Simpsons* dyker upp innanför ögonen. Vad dessa serier delar är det återkommande *illusionsbrottet*, en liten bit av programmet som kan anses vara uppfostrande; en scen där karaktärerna föregår med exemplariskt, medborgerligt beteende. Oavsett om det har att göra med mer klassiska värderingar (*The Brady Bunch*) eller de ungdomligt förnyade (*That 70's Show*) finns det på något plan ett ansvarstagande hos manusförfattarna och skaparna av TV-serien. Vad är *Seinfelds* budskap? På vilket plan agerar dess karaktärer?

Under mina konfrontationer med *Seinfeld* har jag kommit att förstå, djupare för varje avsnitt jag sett, att seriens budskap är höljt i dunkel. Är det icke-existerande? Efter diskussioner med en vän som hela tiden påpekade *Seinfelds* samröre med postmodernismen föddes ett intresse att gräva i seriens universum och avtäcka sanningen bakom, eller åtminstone skrapa på ytan. *Seinfeld* står i mina ögon för en väldigt speciell representation av samhället, där referenser och paralleller i berättandet ofta förekommer. Detta ger serien en distinkt karaktär, något som jag i början inte alls lade märke till men som sedan har präglat min kärlek till serien. För det bör klargöras att jag, vid sidan av min fascination för *Seinfelds* universum, tycker att det är den bästa komediserien som någonsin visats på TV. Dessa åsikter ska självklart inte kollidera med min analys där jag så objektivt som möjligt tänker titta på seriens mest utmärkande drag. Jag hoppas på att kunna redogöra väl för de likheter jag finner som bekräftar eller försvagar min föreställning kring *Seinfelds* värld. En värld där oskrivna regler för parkeringsplatser är det enda som skiljer oss från djuren...

”You know why you can't go in front-first? I'll tell you why. Because it signals a breakdown in the social order. Chaos! It reduces us to jungle law.”¹

¹ Newman, **The Parking Space**; avsnitt 21, säsong tre, 1992, *Seinfeld*

1.2 Frågeställning

Jag har gått in i det här arbetet med en oroväckande öppen frågeställning; hur förhåller sig *Seinfeld* till postmodernismen? Efter att ha studerat serien närmare har tacksamt nog olika vägar öppnat sig och jag har funnit ett antal frågor kring det tema jag har valt. Syftet med den här uppsatsen är att tränga djupare in i *Seinfelds* värld och se hur serien, inte nödvändigtvis dess skapare, betraktar världen och vad den har att säga om det moderna, västerländska samhället. Om oss. Det förefaller i mina ögon uppenbart att *Seinfeld* i ganska stor mån problematiserar sina egna karaktärer, förhållandena mellan dem och världen utanför – varför? Min huvuduppgift och huvudsakliga frågeställning blir alltså följande:

Vad är identitet enligt *Seinfeld* som TV-serie?

Denna fråga kan brytas ned i tre specifika punkter som jag kommer att utforska i min analys. 1) ***Seinfeld* som kommodifiering, d.v.s. förtingligande, av människan och hennes identitet**, 2) ***Seinfeld* som behandling av den konstruerade identiteten** och 3) ***Seinfeld* som konstruktion av identitet genom intertextuella referenser**. Alla tre knyter an till postmoderniteten eller postmodernismen i allmänhet och begreppet identitet i synnerhet. Det är min förhoppning att jag kommer vara konsekvent och knyta an till dessa områden på ett relevant och vetenskapligt sätt.

I samband med att jag har valt att arbeta med postmodernismen för att tolka serien har även följdfrågor närliggande det ämnet dykt upp. Så vad jag vill få svar på är också frågan **om *Seinfeld* parodierar det postmoderna begreppet eller hyllar det som en ny världsordning**.

1.3 Metod

För att analysera *Seinfeld* har jag valt att närläsa och använda mig primärt av de fyra första säsongerna. Det här beror dels på tidsaspekten av mitt arbete, men känns även som en naturlig inledning till den värld som serien presenterar. Fjärde säsongen blev det definitiva genombrottet med en Emmy-nominering och de dittills högsta tittarsiffrorna. Jag ser därför min analys som komplett, även om många hävdar att serien tar nya riktningar på grund av skiftande manusförfattare och Larry Davids avhopp efter säsong sju. Det känns även som ett rimligt beslut om man ser till mängden material jag annars hade haft att jobba med. *Seinfelds* inledande fyra säsonger är antagligen lättare att jobba med tack vare seriens försök till att hitta

en egen ton, något som inte garanterar men åtminstone ökar chansen för att skaparna har jobbat mot ett gemensamt mål. Detta gynnar min uppsats och avgränsar ämnet naturligt.

I ett fåtal fall under uppsatsens gång refererar jag till avsnitt som inte tillhör säsong ett till fyra. Detta sker då exempel behöver kompletteras eller resonemang klargöras. Huvudsakligen håller jag mig dock till nämnda säsonger.

Som teori har jag använt mig av postmodernismen och postmoderniteten. Jag kommer strax att beskriva hur jag har avgränsat mig även här; det postmoderna är ingen enhetlig rörelse och innehåller många subkategorier inom diverse områden. Böckerna som jag har tagit information från är alla ganska liknande i sina beskrivningar av den del av teorin som jag har valt vilket även har sparat tid och minskat antalet komplikationer.

1.4 Teori

”Culture is no longer a unitary, fixed category, but a decentered, fragmentary assemblage of conflicting voices and institutions.”²

Teorin kring postmodernismen kan enklast beskrivas genom uttrycket upplösning av maktcentra. Precis som modernismen innan den finns det inget speciellt område som påverkas av rörelsen, utan den kan beskrivas som en konststil, en samhällsinriktning eller en världsåskådning. Det ska sägas att man bör göra en distinktion mellan termerna postmodern-ism och postmodern-itet:³ Den förra syftar på den kulturella sfären och den senare på den sociala. Rent generellt diskuterar mina källor postmodernismen främst ur ett differentieringsperspektiv, då från modernismen, och för att lättare få läsaren att förstå skillnaden tänker jag inleda med en förklaring av den sistnämnda.

Moderniteten kan beskrivas som ”... samhällsordningen som trädde fram ur upplysningen.”⁴ Att rent tidsmässigt sätta ett pekfinger på epoken är svårt, men modernismen har följt den industriella och tekniska revolutionen sedan omkring början av 1800-talet. Den bygger i grund och botten på en överdriven optimism av det gudomliga nya som skulle förena världen och dess folk. Nya kommunikationsmetoder såsom telegraf, telefon, TV och på senare år Internet, kan sägas vara produkter av moderniteten. Strävan efter att binda samman världens alla hörn med hjälp av teknik och homogen kultur var som starkast under efterkrigsåren, och nådde sin kulmen omkring 1980-talet. Då hade postmodernitetens

² Jim Collins, *Uncommon Cultures: Popular Culture and Post-Modernism*, New York: Routledge, 1989, s. 2

³ David Lyon, *Postmodernity (Postmodernitet)*, svensk upplaga, Lund m.fl.: Studentlitteratur, (1994) 1998, s. 16

⁴ Lyon, *Postmodernity*, s. 31

strömningar börjat visa sig likt en biprodukt av modernitetens landvinningar. Många teoretiker hade börjat betrakta den gemensamma globala *vägen* som kulturförödande och likriktande. Många fattigare delar av världen vars sociala och kulturella livsstilar ansågs primitiva besegrades med hjälp av västvärldens dominerande kultur. Det var inte längre tal om en ny kolonialism, utan övertagandet skedde på företagsnivå och med hjälp av neonskyltar och cigarettreklam. De som inte längre välkomnade revolutionen såg med fasa hur världen blev en på bekostnad av dess *detaljer*:

Med de storslagna drömmarna om spridning av den västerländska civilisationen stäckta och framväxten av oppositionella röster som sunniislam, sattes även föreställningen om en universell kunskap eller kultur ifråga. (---) De intellektuella kunde inte ena sig om krisen var en katastrof eller en möjlighet och sökte nya termer för att beskriva den framväxande situationen. 'Postmodernitet' är än så länge det bästa de har kommit med.⁵

Postmodernismen blev ett uttryck för dem som ansåg att en förskjutning i makten hade skett. Det fanns inte längre någon rädsla för ett övervakningssamhälle där Storebror ser allt, istället hade han fått sällskap och det rörde sig nu om ett helt gäng bröder som bevakade världen. Vetenskapen, som varit särskilt stark under modernismen (och som fortfarande är det idag), kunde inte längre göra anspråk på en allmängiltig sanning, utan relativiserades för att kunna anpassas till olika former av områden; befolkning, livsstil, lokala förhållanden osv. Postmoderniteten å sin sida löper parallellt och erkänner maktens upplösta tillstånd, men behandlar närmare samhällets förändring; hur påverkas vi av de växande kommunikationsmetoderna? Här ifrågasätts också konsumtionen, eller konsumismen, som vuxit sig starkare på senare år. Förskjuts fokuseringen från produktionsstadiet för att i större grad erbjuda en inbillad frihet för konsumtionssamhällets människor?⁶ Vi ser idag hur allt fler produkter erbjuds på marknaden, men innebär det att vi kan åtnjuta större valfrihet? Har kunden slutligen infriat profetian om att alltid ha rätt? I min analys av *Seinfeld* kommer jag delvis att beröra detta för att knyta an till min uppfattning om deras värld som en produktvärld. Där människor ställs ut och ges ett pris och en definition i likhet med den kapitalistiska marknadens sätt att fungera.

För att visa hur det postmoderna vägrar att låta sig fångas till ett och samma debattområde (marknaden, samhällsutveckling) tänkte jag beskriva ett annat sätt att angripa problematiken; diskussionen kring verkligheten. I *Postmodernity* tar David Lyon upp filmen

⁵ Lyon, *Postmodernity*, s. 15 f

⁶ Lyon, *Postmodernity*, s. 85

Blade Runner (1982, Ridley Scott) som praktexempel på ett postmodernt verk.⁷ Här skildras ett framtida samhälle där stil, levnadssätt, kulturell distinktion och världsåskådningar har imploderat till ett enda megalomaniskt stadskomplex där regnet ständigt faller och mörkret aldrig lättar. Huvudkaraktären Deckard tillhör titelns yrkeskategori, vilket innebär att han letar upp replikanter (människokopior) som rymt för att *pensionera* (avrätta) dem. I filmens fall har fyra av dessa gett sig ut på jakt efter Tyrell, skaparen till alla replikanter för att begära ett längre liv då de 4 år som är standard för alla androider snart är ute. Filmen slutar med att Deckard likviderar alla utom gruppens ledare som poetiskt förklarar hur de ögonblick som etsat sig fast i hans minne kommer spolas bort likt tårar i regn. Sekunden senare dör även han. En av replikanterna, Rachael, ges falska minnen av Tyrell i form av ett fotografi sin påstådda mor. Det blir hennes argument för att ha ett förflutet, tillsammans med de inopererade minnesfragment som Tyrell tagit från en riktig människa. Rachaelns identitet och verklighetsanknytning blir alltså inget annat än en bit papper, i *Postmodernity* beskrivet som "... en konstruerad identitet." På vilket plan byggs en identitet? Hur är våra egna identiteter icke konstruerade i jämförelse med Rachaelns? Det blir i *Seinfeld* viktigt att ta upp identitetsfrågan eftersom karaktärerna i serien uppvisar mer eller mindre symtom på att vara just konstgjorda. Det här kanske inte kommer som någon överraskning i ett TV-program, men min tes är att *Seinfeld* driver med hela identitetsmakeriet för att visa hur vi har förlorat oss själva i det postmoderna samhället.

Att arbeta med media i dagens samhälle kompliceras kraftigt av det faktum att många idéer snabbt blir floskler och osmidigt kopierar ett liknande koncept som redan gjorts. Något som antagligen bidragit till detta är *high concept* strategin från början av 80-talet där en films handling skulle kunna beskrivas med 25 ord eller mindre.⁸ Vad som skilde den från andra verk blev istället budgeten som ofta slösades på, i grund och botten, narrativt meningslösa specialeffekter för att imponera visuellt på publiken. Det här läget råder än idag, där många likställer en films actionscener med hur mycket pengar man är beredd att lägga på den; *The Matrix* (Larry & Andy Wachowski, 1999) ser man på bio, *Good Will Hunting* (Gus Van Sant, 1997) hyr man på DVD. Det är antagligen att gå för långt om man säger att filmindustrin har fått slut på idéer, men mycket av det som görs idag påminner om något annat. Ett sätt att lindra smärtan över att inte vara originell nog är att referera till andra verk

⁷ Lyon, *Postmodernity*, s. 9

⁸ David Bordwell och Kristin Thompson, *Film History: An Introduction*, andra upplagan, Boston m.fl.: McGraw-Hill, (1994) 2003, s. 684

intertextuellt. Jim Collins tar upp detta problem i *Uncommon Cultures*. Han gör en jämförelse mellan modernistiskt och postmodernistiskt närmande till det redan sagda:

Modernist and Post-Modernist texts differ fundamentally, then, in their respective attitudes toward the 'already said.' The Former constructs a dialogic relationship with previous representations only to reject them as outmoded, resulting in an asemiotic zero-sum game. The latter constructs an entirely different relationship with the accumulated representational activity, recognizing that this activity cannot be conjured away by a sudden rupture because it forms the very fabric of our 'structures of feeling.'⁹

Utöver våra känslomässiga strukturer anser jag att det postmoderna förhållandet till tidigare texter även bidrar till att forma och upprätthålla vår strukturerade verklighet. Intertextualitet blir ett sätt att förlägga verket till vår egen värld, där de referenser man känner igen bidrar till att stärka intrycket av att det man ser existerar i *nuet*. Det finns självklart en rad olika sätt att knyta an till andra texter, Collins ger exempel ur boken *The Moving Toyshop*, skriven av Edmund Crispin. Där har karaktärerna Fen och Cadogan följande meningsutbyte:

'Murder Stalks the University,' said Fen. 'The Blood on the Mortarboard. Fen Strikes Back.'
'What's that you're saying?' Cadogan asked in a faint, rather gurgling voice.
'My dear fellow, are you all right? I was making up titles for Crispin.'
(p. 81)¹⁰

Här refererar karaktärerna i boken direkt till textens författare, ett grepp som "... signalerar den kompletta exponeringen av fikcionaliteten av texten."¹¹ enligt Collins.

Anledningen till att detta blir relevant i min analys är för att det ytterligare problematiserar identiteten som begrepp. Karaktärer som refererar till verkets skapare, en svunnen tid, sig själva i verkligheten, eller sig själva inom serien har möjligtvis ett oändligt antal verklighetsplan att existera på. På grund av detta ser jag också en anledning att titta närmare på *Seinfelds* fyra huvudkaraktärer.

⁹ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 134, uppsatsförfattarens översättning.

¹⁰ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 54

¹¹ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 54

1.5 Presentation av primärmaterial

Seinfeld är en amerikansk komediserie skapad av Larry David och Jerry Seinfeld (kring vilken seriens handling kretsar). Den sändes på TV-kanalen NBC (National Broadcasting Company) mellan 1990 och 1998 i U.S.A. och innefattar sammanlagt nio säsonger varav varje avsnitt är omkring 23 minuter långt. Castle Rock Entertainment och West-Shapiro stod som produktionsbolag. Huvudskådespelare är Jerry Seinfeld (som sig själv), Jason Alexander (George Costanza), Michael Richards (Cosmo Kramer) och Julia Louis-Dreyfus (Elaine Benes). Regissörer är Tom Cheronos (79 avsnitt, 1990-1994), David Steinberg (två avsnitt, 1991), David Owen Trainer (två avsnitt, 1994-1997) och Andy Ackerman (88 avsnitt, 1994-1998). Skaparna Larry David och Jerry Seinfeld skrev själva manus till alla 175 avsnitt men samarbetade även ofta med en rad andra författare. Serien har vunnit tre Golden Globes tillsammans med många andra priser.

De flesta episoder är fristående från varandra menat på det sätt att handlingen i episoden innan sällan har en direkt inverkan på det efterföljande. Dock refereras det ofta till tidigare händelser och det förekommer även ett fåtal dubbelavsnitt. Handlingen är svår att definiera men rör sig alltid omkring de fyra huvudkaraktärerna och deras olika problem i dagens samhälle.

2.1 Seinfelds karaktärer

Seinfeld handlar som de flesta komediserier nästan uteslutande om sina karaktärer: Deras personligheter och deras handlingar. De stildrag som kan hittas i bildkompositionen och mise-en-scene finns där enbart för att förstärka intrycken och förenkla förståelseprocessen för åskådaren. Därför kommer jag att koncentrera mig på samspelet, dialogen och handlingarna hos de fyra huvudpersonerna; Jerry, George, Kramer och Elaine. Alla tillför de något unikt till *Seinfeld*, men jag ska i min analys av dem visa att persondragen också bidrar till seriens postmoderna stämpel. Allra tydligast kanske detta framgår genom scenerna i det lokala fiket där Jim Collins resonemang kring "... conflicting voices,"¹² ett myller av röster i modern kultur, spelas upp mellan karaktärerna. Dialogerna byggs upp med utläggningar kring ens liv som ingen tycks lyssna på; alla fyra karaktärer pratar till synes med en osynlig lyssnare och misslyckas med att skapa egna paradigmer som kan tävla med de andra rösterna:

¹² Collins, *Uncommon Cultures*, s. 12

The necessity that discourses establish paradigms, set limits, and construct subjects (...) is a direct result of the competition among discourses to clear and maintain a space for themselves within a field of conflicting voices.¹³

Collins text beskriver kultursfären som i ett upplöst tillstånd, där en mängd information försöker skapa sig en plats i solen och väcka intresse hos en publik som för länge sedan hört och sett allting. *Seinfeld* karaktäriserar sina personer på ett sådant sätt att de kan representera den övergödda kulturmarknaden.

2.1.1 Jerry Seinfeld: Komikern

Jerry Seinfeld är den minsta gemensamma nämnaren bland seriens huvudpersoner. *Seinfeld* tar alltid avstamp från honom, även om han utgör ett större inslag i de inledande säsongerna. Jerry karaktäriseras av sin notoriska renlighet (som ofta refereras som nazistisk), sina spydiga kommentarer och sitt speciella sinne för humor som *Seinfeld* bygger på: Han påpekar det absurda i vardagligheter. Det allra första ståuppssegmentet i pilotavsnittet **The Seinfeld Chronicles** (1989) kretsar kring Jerrys utläggning kring att *gå ut*. Han pratar om att hela processen med att lämna hemmet är självuppfyllande i sig, ett sätt att skapa sin egen mening. När man väl är ute tittar man således på klockan och konstaterar att man borde *gå hem* igen. Detta etablerar humorn hos Jerry. Han målas ut som den trygga samlingspunkten (det mesta utspelar sig i hans lägenhet), mannen som eventuellt inte har svar på allting men som ifrågasätter. Det är Jerry som slår hål på föreställningen om vårt samhälle som något konkret och ordnat genom att förvandla det till ett luftslott. I avsnitt 19 av säsong tre, **The Good Samaritan** (1992), inleder Jerry med att göra sig lustig över antalet sätt vi har att kontakta varandra med, "... the car-phone and the phone-machine, the speaker phone, the arline phone..." och kommer fram till att ingen av oss har något att säga och måste säga det just nu. Hans resonemang föreslår att den moderna människan i grund och botten är ointressant men vi vill ge sken av något annat.

¹³ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 12

2.1.2 George Costanza: Neurotikern

George är Jerrys bästa vän, även om det aldrig sägs rakt ut. Han är den evige följeslagaren som bollar de ovan nämnda vardagsanalyserna på ett sätt som ger intryck av att han har en oerhörd självmedvetenhet. Trots detta utmärks George genom att vara den som aldrig kan motstå sina impulser, särskilt när det kommer till förhållanden. Han är en neurotiker in absurdum, en man som alltid oroar sig för att drabbas av en dödlig sjukdom, för sin flint och som är osannolikt snål. George är extremt motsägelsefull på så sätt att han är oerhört nöjd med sig själv när han lyckas (eller tror att han lyckas) tillskansa sig själv fördelar. Han hatar sina föräldrar och är till större delen arbetslös i säsong ett till fyra. Humorn ligger i Georges ständiga försök att undvika ansvar, rädslan för kvinnor och hans eviga misslyckanden inom kärlek: "When I like them, they don't like me." (**The Old Man**; avsnitt 18, säsong fyra, 1993).

George är den som på bästa sätt demonstrerar en *conflicting voice* som ingen hör. Det är så gott som alltid han som orerar över sin egen olycka på det lokala fiket medan Jerry, Elaine och Kramer ignorerar honom: I **The Note** (avsnitt ett, säsong tre, 1991) pratar han om sina funderingar kring mat, medan Jerry pratar om massösen. De tycks omedvetna om varandras röster, tills Jerry nämner en rabatt han kan skaffa på massagen. George blir plötsligt idel öra och detta visar honom som representant för lågvattenmärket rent moraliskt i serien. Han är den som värderar pengar över det mesta. I avsnittet **The Glasses** (avsnitt tre, säsong fem, 1993) ska George köpa nya glasögon och tvingas gå utan dem under ett par dagar. Under den här tiden visar det sig att han ser praktiskt taget ingenting, förutom när han av en slump råkar få syn på ett mynt hemma hos Jerry. Något han omöjligt kan ha sett från det avståndet utan glasögon. Det här är ett sätt att utmejsla Georges moraliskt tvivelaktiga personlighet; den evige materialisten som bara kan älska sig själv.

2.1.3 Cosmo Kramer: Galningen

Kramer är Jerrys granne och dyker ständigt upp genom en effektiv entré genom dörren. I säsong tre har man lagt in applåder nästan alla gånger Kramer kommer in genom dörren första gången i avsnitten, vilket speglar hans popularitet som karaktär i serien. Han har en utstående frisyr och ett kroppsspråk som skiljer sig markant från Jerry, George och Elaine. Kramer är på många sätt skildrad som *den andre*¹⁴ i *Seinfeld*: Konstig, otymplig genom sin storlek, klantig.

¹⁴ Sartre Online, http://www.geocities.com/sartresite/articles_praxis_9.html, uppdaterad 2008-01-23

Noteras bör att jag använder mig av filosofen Jean-Paul Sartres definition av begreppet *den andre*. Där ses denna nödvändigtvis inte som hotfull utan fascinerande, om än fortfarande i ordets rätta mening olik oss. Kramers hela väsen kan beskrivas som bisarrt, men det ligger honom synligt aldrig i fatet. Kramer har, trots sin egensinnighet, alltid tips och råd till de andra. Han delar sin kunnighet kring sociala koder med de andra, något som antagligen beror på att alla karaktärerna bygger på Jerry Seinfeld och Larry David själva. I Kramers fall förefaller det extraordinärt att han verkar veta så pass mycket om människor som han uppenbarligen gör eftersom ett stående skämt i serien är att han aldrig lämnar sin lägenhet.

Kramers humor ligger i hans fysik (hans yviga rörelser) och hans idérikedom. Han tycks symbolisera ett djuriskt eller instinktivt beteende hos människan och förvånande nog lyckas han i de flesta fallen komma undan med sin stollighet. Det här kan tillskrivas Kramers nästintill karikatyrmässiga tur, ett inslag som kan exemplifieras genom avsnitt ett och två av säsong fyra: **The Trip** (1992). Kramer har här flytt till Hollywood för att söka lyckan inom showbiz. Av en ren händelse blir han utpekad som en efterlyst mördare, allt medan Jerry och George försöker hitta honom och förgäves förklarar för polisen att Kramer inte är den de letar efter (även om de båda två tvekar något inför sin väns oskuld). Polisen lyckas till slut fånga honom, men fängelsevisten blir kort: *Tack vare* att ytterligare ett offer mördas när Kramer hålls inlåst utesluts han som misstänkt och släpps fri. Det visar sig senare att George och Jerry av misstag hjälpte den riktige mördaren att fly från polisen, något som demonstrerar ytterligare ett typiskt drag för *Seinfeld*; alla händelser påverkar varandra på något plan.

2.1.4 Elaine Benes: Moralisten

Av de fyra huvudpersonerna i *Seinfeld* är Elaine den som är svårast att sätta fingret på. Hon är den enda kvinnan i gänget, men pratar på samma sätt som de andra och utpekas inte som exklusiv för sitt köns skull. De gånger detta faktiskt har en effekt på handlingen är när Jerry och Elaine, som varit ihop förut men nu bara är vänner, ligger med varandra i säsong tvås avslutande avsnitt, **The Deal** (1991). Där kompliceras vänskapen efter samlaget eftersom det inte finns något bra sätt att kombinera vänskap ("this"), sex ("that") och kärlek ("the other"). Elaine utpekas som den som inte kan komma överens med deras nyfunna relation, och **The Deal** förblir den enda episoden av *Seinfeld* där hon och Jerry är tillsammans.

Elaine ger ett löst uttryck som karaktär. Hon har inte lika klara drag som de tre andra men kännetecknas av sin, för serien, utstående moral. Elaine kan inte vara ihop med någon som inte tror på fria aborter (**The Couch**; avsnitt fem, säsong sex, 1994) och är överhuvudtaget principfast: Hon kastas ut från en basebollmatch i avsnittet **The Letter** (avsnitt 20, säsong tre, 1992) för att hon bär en Baltimore Orioles-keps under en New York Yankees match. Liksom de andra är hon duktig på att analysera sociala situationer, men är mer handfast. Ett av hennes karaktäristiska drag är repliken ”Get out!” när någon berättar något som hon reagerar starkt på, exempelvis Jerrys förslag att hon kan flytta in i en lägenhet i samma hus som han bor i (**The Apartment**; avsnitt fem, säsong två, 1991). Vanligtvis följs Elaines signatur-replik av en knuff i magen. Det här visar att hon är en drivande karaktär och på det sättet ifyller Elaine inga *klassiska* kvinnoporträtt med hämmade uttryckssätt och ett tillrättalagt beteende.

3.1 Postmodern humor

För att sprida klarhet i frågan kring vilken ställning *Seinfeld* har inför postmodernismen måste man titta på vad serien driver med, vad dess humor består av. Jag har redan beskrivit karaktärerna och deras egna särskiljande drag, vilket även är en god hänvisning till vad som är roligt med var och en av dem. Men *Seinfeld* har också återkommande humorteman som sträcker sig över alla de fyra första säsongerna. Även dessa kan återknytas till postmodernismen i fråga om *parallellisering* och *tecken*.

3.1.1 Tecken

When the punk rocker tears holes in her jeans and closes them with safety pins, or when the fashion designer adds a mink collar to a purposely faded denim jacket, both construct specific signs with quite divergent ideological values – but in each case, the meaning produced is predicated on the violation of the sign's earlier incarnations (e.g. as cowboy work clothes, or cheap, casual dress). Intentionality does not disappear, but multiplies without any central coordination to justify these differences, thereby making signs anything but uniform in their formation and function.¹⁵

¹⁵ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 17 f

Collins resonemang kring tecken som återupptrinns eller föds exemplifieras av klädesdiskussionen ovan, men appliceras generellt på alla sorters tecken i samhället. Reproduktionen av just tecken har en intressant effekt i *Seinfeld*. Eftersom seriens tyngdpunkt ligger på manus är det i just dialogerna man kan finna exempel på postmodernt tänkande. Jag ska ge exempel ur två avsnitt:

The Seinfeld Chronicles (pilotavsnittet, 1989)

The Stakeout (avsnitt tre, säsong ett, 1990)

The Seinfeld Chronicles: Jerry inleder med ett ståuppssegment i vilket han skämtar kring uttrycken "go out" och "get back", på svenska "gå ut" och "gå hem". Han börjar med att påpeka att det här, just nu, är att gå ut. Jerry hänvisar till publiken som sitter framför honom. Sättet han beskriver det på överkomplicerar hela processen med att lämna lägenheten; man måste välja rätt kläder, duscha göra sig i ordning. När man väl är ute är man inte längre hemma och går inte att nå. Enligt Jerry är hela proceduren nästintill mytomspunnen, människor försöker hitta en men ingen vet var man är. Till sist konstaterar man således "He must have gone out." När man väl är ute finns det då bara en sak att göra; man tittar på klockan och konstaterar att man borde gå hem igen. Jerry avslutar med att var man än är i livet är man alltid på väg någonstans.

Slutsatsen av Jerrys uppfattning av de ovan nämnda uttrycken blir således att de är självuppfyllande för personer. Att vara ute är en av de mest tillfredsställande upplevelser som finns i livet, men det reflekteras inte över användningen av uttrycket. Det är helt enkelt motsatsen till att vara hemma och det har förlorat sin innebörd på grund av ett konstant upprepande. *Seinfeld* lyfter fram uttrycken som exempel på ett tecken vars enda funktion har reducerats till att bli just ett tecken. Språket är i grund och botten ett sätt för människan att överleva genom att kunna kommunicera med andra. Men sättet man behandlar just denna kommunikationsform på föreslår att *Seinfeld* ser det som, ursprungligen, meningslöst. Denna meningslöshet kan exemplifieras via ett otal scener där karaktärerna använder specifika ord för att ifrågasätta deras funktioner som tecken.

The Stakeout: Jerry följer med Elaine på middag hos en av hennes vänner. Där träffar han en kvinna som visar intresse för honom. Deras samtal avbryts dock ständigt av Elaine som vill få in Jerry i ett samtal med någon annan. På grund av detta blir hon arg och Jerry vågar inte fråga efter sin samtalspartners nummer. Istället går han till hennes jobb och låtsas som att det

är en slump att de träffas igen. Elaine och Jerry försonas i slutändan och kommer överens om att de måste kunna prata om andra människor. ”Good” upprepar de båda ett antal gånger. Efter en kort paus utbrister Elaine ”Great”, varpå Jerry frågar ”Where do you get great?”.

När *Seinfeld* upprepar specifika ord skapar det en humoreffekt. Är det inte roligt första gången det sägs blir det det andra, tredje eller fjärde gången. Här hjälper de inspelade publikskratten till för att meddela åskådaren när det roliga börjar, och vad *Seinfeld* vill att vi ska uppfatta som skämt. Ju mer man hör av orden, desto mer förefaller de tappa sin ursprungliga innebörd. De tecken som de från början står för reduceras till ett läte.

På denna punkt bekräftar inte *Seinfeld* Collins beskrivning av tecken. Författaren skriver att intentionaliteten inte försvinner när tecken förändras, men jag vill mena att det är just det den gör i serien. Det som exemplen tyder på är rent utav ett förlöjligande av tecken som absoluta, men de förändrar inte bara sin mening utan tappar den. Därför är det bestående intrycket av *Seinfeld* att vårt samhälle byggs upp av ett överflöd av tecken, men där ingenting egentligen fäster någon mening vid sig själv. Collins säger ”The crux of the matter here is not that any sign can mean anything to anyone so intentionality must be abandoned as a communicative category, but rather that intentions are multiple and do not work uniformly.”¹⁶ I *Seinfelds* universum är inget uttryck givet utan allting ifrågasätts. Det rör sig om missförstånd där tecknens betydelse skiftar konstant och det verkar som om *Seinfeld* själv konstruerar och dekonstruerar dessa uttryck i processen. I **The Seinfeld Chronicles** klagar George på att Jerry kommer övertorka kläderna i torktumlaren. Det går inte att övertorka kläder, för när någonting är torrt så är det torrt svarar Seinfeld. Uttrycket bryts ned, upprepas, förlöjligas. Ju mer ett ord eller uttryck används, desto mer förlorar det i värde och tillsammans med budskapet om att ingenting står för något absolut verkar det i *Seinfelds* värld råda inflation i kommunikationen. Ett överflöd av betydelser urholkar innebörden och de analyserade uttrycken lämnas tomma och meningslösa; allt som återstår är enbart ett språkligt skal, ett läte. *Seinfeld* omringas av tecken som antingen har förlorat sin mening eller aldrig haft någon till att börja med.

3.1.2 Parallellisering

Throughout (...) films such as Hans Syberberg's *Parsifal* (1984), Fernando Solanas's *Tangos, The Exile of Gardel* (1985), and Ridley Scott's *Blade Runner* (1982), collisions among quite different forms of discourse become basic structuring principles of those texts. These

¹⁶ Collins, *Uncommon Cultures*, s. 17

collisions share a common purpose—to demonstrate that our cultures are so thoroughly discourse-based that we cannot even hope to encounter ‘real life’ unless we investigate the ways discourses fundamentally shape our experience.¹⁷

Vad jag menar med parallellisering är att handlingen i *Seinfeld* nästan alltid tar två varv i varje avsnitt. Specifika händelseförlopp som återkommer en gång till, en upprepning av själva berättandet. I serien sker detta väldigt explicit och jag ska ge exempel ur två avsnitt:

The Ex-Girlfriend (avsnitt ett, säsong två, 1991)

The Babyshower (avsnitt fyra, säsong två, 1991)

The Ex-Girlfriend: Avsnittet börjar med att George och Jerry sitter i en bil. ”She can’t kill me, right?” säger George och vi får veta att han har blivit involverad med en kvinna, Marlene, som han egentligen inte vill vara ihop med. Jerry föreslår att han ska göra slut med henne. George berättar att han inte kan älska henne. ”You’re a human being!” säger Jerry. ”I didn’t even ask her out. She asked me out first. She called me up.” fortsätter George, ”You’re flesh and blood!” svarar Jerry. Nästa dag visar det sig att George faktiskt har gjort slut med Marlene, men istället börjar hon umgås med Jerry. I en scen i den sedvanliga lägenheten pratar Jerry med Kramer om situationen. ”Well, he can’t kill me, right?” frågar Jerry som är rädd för att George ska få veta om deras förhållande. ”You’re a human being.” upprepar Kramer, och samtalet förvandlas till en kopia av den inledande diskussionen mellan Jerry och George. Enda skillnaden är att Jerry nu är utsatt.

The Babyshower: George får reda på att Elaine ska hålla en s.k. babyshower för en väninnas ofödda barn. Kvinnan i fråga gick ut med George en gång för länge sedan och förödmjukade honom genom att hålla chokladsirap på honom som en del av hennes performanceuppträdande. Tröjan förstördes och George börjar smida planer kring en konfrontation med kvinnan, Leslie, på nämnda babyshower. Väl där visar det sig att han inte alls har modet för att skälla ut henne och blir istället hunsad till att bära hennes bagage. Det visar sig dessutom att en annan av Elaines väninnor känner igen Jerry från en date en tid tillbaka. Hon börjar skälla på honom för att han aldrig ringde upp henne och marscherar demonstrativt ut från sammankomsten vilket förstör stämningen och blir det indirekta slutet på festen.

¹⁷ Jim Collins, *Uncommon Cultures*, s. 60

Det här agerandet komplicerar handlingen i *Seinfeld*. I det första fallet är det en återupprepning, med en händelse som drabbar en av karaktärerna för att sedan *sprida* sig till en annan. Dialogen kopieras och genom det bisarra att samma sak händer en gång till skapas humor. I det andra exemplet speglas Georges *tänkta* handling, men på grund av av sin rädsla misslyckas han. Kvinnan som ger Jerry en avhyvling får axla rollen som utagerare för en oundviklig konfrontation. Samtidigt som det här etablerar ännu ett Georges karaktärsdrag (rädslan för kvinnor) visar det också på att världen är full av händelser som liknar varandra och som spelas upp igen och igen. När George inte fullföljer sitt uppdrag skapar narrativet helt sonika en parallell bikaraktär som kan göra det.

Collins skriver att narrativen i postmoderna verk kolliderar diskurser för att skapa strukturprinciper i sina berättelser. *Seinfelds* diskurskollision sker när serien väljer att skildra ett händelsförlopp som likgiltigt inför vem det drabbar. När allting sker för första gången tycks det oförutsett men typiskt. Andra gången är intrycket snarare att alla händelser cirkulerar i samhället och är typiska enbart för *människan*. Det oförutsedda ligger möjligtvis kvar i ovissheten kring *när* det ska hända, men det råder ingen tvekan om *att* det kommer ske.

Jim Collins fortsätter med att det blir i princip omöjligt att finna det *verkliga livet* eftersom vår kultur är så diskursbaserad idag. *Seinfeld* demonstrerar det här resonemanget genom att narrativet applicerar återanvända händelser på nya människor, sätter in det i nya sammanhang och fördjupar berättelsen genom att göra så.

Kollisionen, eller *parallelliseringen* som det rör sig om i *Seinfeld*, skapar en bild av verkligheten som diskurs; en konstruerad berättelse. Den gör så genom att presentera karaktärerna som offer för ett pågående kretslopp av händelser och intentioner som speglar oss själva. Vi omges av självbilder och återupprepningar av sammanhang. I *Seinfeld* går det inte längre att finna det verkliga, för det verkliga är diskurs. Med andra ord bara ett lager av en narrativt driven verklighet bland många.

4.1 Identitetskodning

Det finns mycket man kan lägga i uttrycket identitet. Vad jag i den här uppsatsen menar ligger nära John R. Gibbins och Bo Reimers användning av ordet *self* och *self-identity* i *The Politics of Postmodernity*. Jag lägger inte fokus på den sexuella identiteten, den sociala, den yrkesmässiga eller liknande utan var och en av dessa får eventuellt spela en roll. Men "self"

handlar mer om varje människas känsla av sig själv och sin egen identitet i förhållande till omvärlden:

In feudal societies the self was located firmly in the local and parochial structures provided by the village or town. (---) The self was pictured as a spiritual core owned by God inhabiting a temporal body and a world inviting sin. (---) The postmodern self is less securely located than its predecessors, being located at the complex intersection of a more pluralized set of localities, a devolved set of nationalities and an all pervasive set of international and transnational structures and sources of provision.¹⁸

Min analys kommer att beröra karaktärernas identiteter och problematiseringen kring dem. *Seinfeld* har ett invecklat förhållande till de fyra huvudpersonernas identitetsuppbyggnad och vad jag vill titta på är konstruktionen och vad serien presenterar som en (eventuell) postmodern identitet.

4.1.1 Kommodifiering av identitet

I filmen *Blade Runner* (1982, Ridley Scott) finns en scen där Rick Deckard skjuter replikanten Zhora i ryggen. Skottskadad ramlar hon in i ett skyltfönster till en galleria vars mannekänger och reklamskyltar tycks oändliga. Zhora påminner själv om en mannekäng till utseendet. "Vi är vad vi konsumerar" skriver David Lyon i *Postmodernity*.¹⁹ Det här återspeglar ganska väl vårt moderna samhälles värderingar där julhandeln varje år sätter nya rekord i omsättning. Folk verkar definiera sig själva genom plasmaskärmar, märkeskläder och prylar.

Seinfeld uppvisar tydliga tecken på att spegla just ett sådant samhälle. Här finns visserligen ingen dystopi som i *Blade Runner* (åtminstone inte synlig) men många exempel verkar falla i linje med det postmodernas visioner om konsumism. Att köpa saker blir nästan ett oundvikligt ämne när George figurerar i handlingen. Eftersom *Seinfeld* explicit inriktar sig på dennes snålhet och gör det till ett av hans främsta karaktärsdrag kommer alltid frågan kring hur mycket man är beredd att betala för någonting upp.

The Jacket (avsnitt fem, säsong två, 1991)

¹⁸ John R. Gibbins och Bo Reimer, *The Politics of Postmodernity*, London: SAGE Publications, 1999, s. 55 f

¹⁹ Lyon, *Postmodernity*, s. 11

The Apartment (avsnitt åtta, säsong två, 1991)

The Pen (avsnitt fem, säsong tre, 1991)

The Jacket: Jerry och Elaine är ute och shoppar kläder. De vandrar runt i butiken och ser sig omkring när Jerry plötsligt får syn på en jacka. Han tar fram den och provar den. Elaine berömmar den men båda två tycker att priset är högt (det exakta beloppet avslöjas aldrig). Jerry köper den trots kostnaden och är så nöjd att han börjar bära jackan inomhus. När Kramer får syn på det nya plagget frågar Jerry vad han tycker. Kramer svarar: "It's definitely you." följt av "It's more you than you've ever been." Avsnittet slutar med att jackan förstörs på grund av regn och Jerry har gjort av med en massa pengar i onödan.

Förhållandet mellan priset och vad jackan betyder för karaktären Jerry verkar vara motstridigt. Alla hans vänner berömmar honom för hans inköp men tvekar på om det var värt så pass mycket pengar. Särskilt George som får ett utbrott när han frågar om priset. Att Jerry trivs så pass bra i jackan att han bär den inomhus föreslår att det han har köpt är mer än något han bär. Det tillfredsställer uppenbarligen hans självkänsla, "This jacket has changed my life!" proklamerar Jerry och förklarar att han har vunnit ett nytt självförtroende genom jackan.

Avsnittet slutar med att Jerry ironiskt nog får sin jacka förstörd av regn, något som verkar antyda att ens identitet eller självkänsla kan tas ifrån en lika lätt.

The Apartment: Jerrys får veta från sin hyresvärd att den 94-åriga kvinnan som bott ovanför honom har dött. Hyresvärdin är den som hittar henne och förklarar att det var hemskt – för att hon inte hade peruken på sig som hon brukade. Han frågar Jerry om han känner någon som behöver en lägenhet, varpå Elaine föreslås. Jerry berättar nyheten för henne och hon blir överlycklig. De hurrar båda två över det faktum att miss Hudwalker har dött och att hennes lägenhet är både billig och fin. Det slutar emellertid med att lägenheten säljs till en annan och Elaine får fortsätta dras med sin sjaskiga rumskompis.

The Pen: Avsnittet kretsar kring hur Jerry oavsiktligt blir erbjuden en penna av en av sina föräldrars vänner medan han besöker dem i Florida. Det är en väldigt exklusiv sorts penna, som astronauterna använder för att skriva i tyngdlöshet. Problemet ligger i att pennans ursprungliga ägare sprider ut rykten om att Jerry tog pennan från honom. Allt kulminerar i ett möte för föräldrarnas boendeförening där Jerry inför publik förtvivlat förklarar att han inte ens ville ha pennan. Ingen lyssnar på honom.

Seinfelds förhållande till konsumism följer ingen uppenbar väg. Man kan konstatera att serien tar ställning, men det är svårare att klargöra för vad. Karaktärerna påverkas ofta väldigt mycket av just objekt som de konsumerar, som i fallet med Jerrys jacka där han blir mer sig själv än han någonsin har varit. Pennan som han blir given ställer till det för honom, eftersom den stämplar honom som en skurk bland sina föräldrars vänner. Jerrys self definieras genom de olika prylar han köper; en mer självsäker man, en girig skurk. I **The Apartment** antyds det hur lite ett människoliv betyder i jämförelse med en fräsch lägenhet och hur det kan skänka lycka till någon. På samma sätt skildras koma som en förlust av sina ägodelar: I **The Suicide** (avsnitt tolv, säsong tre, 1992) förklarar Kramer för Jerry att efter en viss tidsgräns kan man börja plundra den medvetlösens bostad på saker. Att falla i koma förringas till att bli rånad.

Alla omständigheter kring de fyra huvudkaraktärerna tycks föreslå att identitet och konsumering hänger samman på ett nära sätt. Det innebär inte alltid en dålig sak, Jerry spenderar mycket pengar men vinner självkänsla, utan etableras mer som ett faktum i dagens moderna, västerländska samhälle. Allting har ett pris för den som har råd att vara sig själv.

4.1.2 Konstruerad identitet

En annan aspekt av *Seinfeld* är det subtila, återkommande temat med karaktärer som av en anledning eller flera måste gå in i olika roller. Roller som på ett sätt eller annat tvingar dem att agera annorlunda, tillfälligt ger dem förändrade personlighetsdrag o.s.v. Här behandlas roller såsom arbete, sexuell läggning och människors status som symboler för att nämna några. Att personers self i postmodern tid ses som något fragmentariskt, som kanske inte ens existerar överhuvudtaget, kan diskuteras i de olika exempel som *Seinfeld* ger. Det övergripande budskapet verkar vara att identitet faktiskt inte är något fast utan i själva verket flexibelt och i grund och botten bara en perceptionsfråga. David Lyon använder Karl Marx uttalande om att ”... allt som är fast förflyktigas” i jämförelse med karaktären Roy Battys sista ord i *Blade Runner*; ”... med en annan replikants ord, erfarenheten ’med tiden tvättas bort som tårar i regn’.”²⁰ Slutsatsen här är att den ständigt pågående produktionsapparaten tvingar samhällets människor att se till den färdiga produkten, varan. Inte arbetsprocessen som ligger bakom. Erfarenheten åsidosätts för tillfällig och lättåtkomlig lycka. På samma sätt behandlas en

²⁰ Lyon, *Postmodernity*, s. 10

människas identitet i *Seinfeld*. Där definierar utseende och ytterligheter intrycket av en person.

The Stakeout (avsnitt tre, säsong ett, 1990)

The Boyfriend (dubbelavsnitt; 15 och 16, säsong tre, 1992)

The Letter (avsnitt 20, säsong tre, 1992)

The Stakeout: Jerry försöker få numret till en kvinna han träffade på en middag tillsammans med Elaine. Han vet var hon jobbar och ska låtsas som att han råkade vara där av en slump. Med sig har han George. Jerry frågar vad han ska säga till kvinnan när hon kommer, om hon undrar vad han gör där. George föreslår att han själv ska låtsas arbeta i samma byggnad. "What do you do?" undrar Jerry. "I'm an architect." säger George. Jerry svarar tvivlande "You're an architect?". "I'm not?" replikerar George. Diskussionen går vidare med att Jerry inte kan se George som arkitekt och förslaget avslås. Båda två får *spela* sig själva och istället fantiserar de ihop en tredje person som de ska äta lunch med; *Art Vandelay*, importör.

Identitet förefaller vara något som är starkt sammankopplat med utseende i exemplet ovan. George ges aldrig chansen att gå in i rollen som arkitekt för att han inte ger intrycket av att vara trovärdig som sådan. *Seinfeld* verkar behandla begreppet identitet som ett rollspel i sig, vilket knyter an till teorin om det postmoderna samhällets löst baserade self-identity.²¹

The Boyfriend: Här förekommer namnet *Vandalay* ännu en gång. George som är arbetslös försöker övertyga arbetsförmedlingen att han försöker hitta nya jobb, annars förlorar han sitt bidrag. När hans handledare frågar honom om vilka arbetsplatser han har sökt anställning på svarar George "Vandalay Industries." De tillverkar latex. George uppger Jerrys hemtelefonnummer som referens, och ber sin vän att svara just Vandalay Industries varje gång någon ringer. I slutändan förstör Kramer allting genom att, ovetandes om situationen, avfärda handledaren när hon väl hör av sig.

I det allra sista avsnittet av serien dras alla fyra huvudkaraktärer inför rätta när de struntar i att hjälpa en man vars bil blir stulen mitt på gatan. I rättssalen visar det sig att domaren heter *Art Vandelay*.

²¹ Gibbins och Reimer, *The Politics of Postmodernity*, s. 55 f

The Letter: Detta avsnitt handlar till stor del om Jerrys förhållande med sin senaste flickvän, en konstnär. Hon målar ett porträtt av Kramer och resultatet kan knappast beskrivas som ett mästerverk. I en scen bedöms tavlan av ett äldre par som är intresserade av att köpa den. Deras kommentarer är följande:

‘I sense great vulnerability, a man-child crying out for love, an innocent orphan in the postmodern world.’

‘I see a parasite, sexually depraved miscreant who is seeking only to gratify his basest and most immediate urges.’

‘His struggle is man’s struggle. He lifts my spirit.’

‘He is a loathsome, offensive brute–yet I can’t look away.’

‘He transcends time and space.’

‘He sickens me.’

‘I love it.’

‘Me too.’²²

Vad paret i ateljén ger uttryck för relaterar starkt till en postmodern syn på identitet. Mannen och kvinnan ser båda två något helt annorlunda men verkar vara överens om att personen som porträtterats är ett *statement* i någon form. En symbolisk representant för vårt moderna samhälle, passande nog beskrivet som just postmodernistiskt. Och trots de skiftande åsikterna om vad Kramer står för enas det äldre paret om att de älskar den. Vad de ser i tavlan är i verkligheten ganska långt från hur karaktären Kramer framställs i *Seinfeld*. Där förefaller han inte vara ett uttalande för någonting och hans betydelse reduceras mer än ofta till en variant av comic relief i handlingen. Trots detta tillåter serien att hans identitet tolkas, misstolkas och omtolkas på olika plan av samhället. Vad man läser in i en person tycks vara subjektivt och påverkas till stor del av ytan.

En konstruerad identitet kan alltså stämma överens med en persons egentliga identitet. Den här konsekvensen utforskas bokstavligen i *Seinfelds* allra sista episod, **The Finale** (1998), där så klart *Art Vandelay* visar sig vara en *riktig* människa. Det uppgjorda namnet som Jerry och George har använt sig av i diverse situationer för att undslippa komplikationer och problem tillhör ironiskt nog en domare som i slutändan dömer alla fyra till fängelse där de borde kontempera över vilket beteende som de fört sig med. Här gör *Seinfelds* konstruktion sig själv uppenbar, och alla de moraliska tillkortakommanden som

²² William Irwin, *Seinfeld and Philosophy: A Book about Everything and Nothing*, red. William Irwin, tredje upplagan, Chicago: Open Court, (2000) 2001, s. 41

Jerry, George, Kramer och Elaine har gjort sig skyldiga till under årens lopp bestraffas genom en absurd materialisering av deras största undanflykt; den påhittade karaktären Art Vandelay.

4.1.3 Intertextuell identitet

Om *Seinfelds* konstruerade identiteter påvisar seriens konstruktion så grundlägger de intertextuella referenserna serien i filmvärlden. Uttrycket intertextuell identitet syftar till att klargöra hur karaktärerna förhåller sig till andra verk, vilket blir viktigt att titta på eftersom *Seinfeld* uppenbarligen knyter an till många texter. Varje avsnitt är präglad av ett antal hänvisningar till gamla TV-serier, filmer, böcker etc. I en del fall används dessa väldigt intrikat genom att väva in handlingen i avsnittet till *en version* av texten som man refererar till. Andra gånger nöjer sig *Seinfeld* med att löst citera något som passar in i händelseförloppet. I säsong fyra går man steget längre och börjar referera till sig själv i verkligheten. Tidigare nämnda exempel ur *Uncommon Cultures*, där deckarförfattaren Edmund Crispin använder sig själv i bokens handling, är en variant av den självreferens som *Seinfeld* bedriver under sin fjärde säsong. Jag ska visa exempel på dessa former av intertextualitet nedan.

The Boyfriend (dubbelavsnitt, 15 och 16, säsong tre, 1992)

The Library (avsnitt fem, säsong tre, 1991)

The Pilot (dubbelavsnitt; 23 och 24, säsong fyra, 1993)

The Boyfriend: George och Jerry byter kläder i omklädningsrummet efter ett träningspass. George anmärker på en kille i andra änden av rummet som stretchar, han är obekvämd med situationen. Jerry påpekar att det är ingen mindre än basebollspelaren Keith Hernandez. De två vännerna börja diskutera om de ska prata med honom och be om hans autograf, vilket leder till att Jerry kallar George för en "chucker" för att han alltid skjuter bollen när han får den i deras bollspel. Innan de har bestämt sig har dock Hernandez närmat sig dem och berättar för Jerry att han är ett stort fan av hans shower. Något förvånat tackar *Seinfeld* och de två inleder en konversation. När George försöker hänga med i samtalet tittar Hernandez på honom och frågar: "Who's this chuck?"

Keith Hernandez, som spelar sig själv i **The Boyfriend**, har en ganska stor och viktig roll i avsnitten. Han blir senare ihop med Elaine (som gör slut efter att hon upptäcker

att han röker) och inleder ett vänskapsförhållande med Jerry själv. Detta speglas som en kärleksrelation, så när Keith undrar om Jerry vill hjälpa honom att flytta ut möbler ur sin lägenhet blir den stora frågan huruvida förhållandet går för fort fram. Avsnittet slutar med att Kramer och Newman istället hjälper Hernandez att flytta efter att Jerry spelat ut en parodi på en scen ur filmen *JFK* (1991, Oliver Stone) i form av följande scenario:

När Newman och Kramer får veta att Jerry har blivit vän med Keith Hernandez blir de upprörda. Orsaken visar sig vara att de bråkat med nämnda basebollspelare efter en match för flera år sedan. De berättar historien för Jerry och vi som tittare får den representerad i form av klipp filmade med en Super-8 kamera. Samma kvalitet och teknik som den välkända Zapruder-filmen; den som fångade mordet på John F. Kennedy och som spelade en stor roll i *JFK*. Newman berättar om hur Hernandez begår ett misstag under matchen som kostar hans lag segern. Kramer fortsätter:

‘Our day was ruined. There was a lot of people waiting by the players’ parking lot. Now we’re coming down the ramp. Newman was in front of me. Hernandez was coming toward us. As he passes us, Newman turns and says, ‘Nice game, pretty boy.’ Hernandez continued past us up the ramp.’

‘Then, a second later, something happened that changed us in a very deep and profound way from that day forward.’

(---)

‘He spit on us!’²³

Kramer blir träffad av spottet som studsar av honom och på Newman. Jerry tvivlar på deras historia och inleder en förklaring som utvecklas till att bli en parodi på rättegångsscenen i *JFK*. Han ställer upp Newman och Kramer på exakt samma sätt som i förlagan, använder en pinne för att peka precis som Kevin Costners karaktär Jim Garrison, bryter ned deras berättelse genom att visa spottets ologiska färdväg med samma resonemang som i *JFK* och avslutar med citatet: ”That is one magic loogie.” Jämför med Garrisons kommentar, ”That is one magic bullet.” Dessutom spelas Newman av Wayne Knight som har rollen som Numa Bertel, Garrisons kollega, i *JFK*. Bertel används i demonstrationen av kulans väg i filmen och står i *exakt* samma position som Newman gör i *Seinfelds* version.

²³ Newman och Kramer, **The Boyfriend**, avsnitt 15 och 16, säsong tre, *Seinfeld*

The Library: Jerry får ett brev från biblioteket som säger att han måste betala en stor summa av pengar för att inte ha lämnat tillbaka en bok som han lånade 1971 när han fortfarande gick i skolan. Jerry är övertygad om att han faktiskt lämnade tillbaka den tills han inser i slutet av avsnittet vad som verkligen hände: Jerry gav boken till George som tappade bort den efter att han blivit anfallen av gympaläraren som drar upp kalsongerna på honom (en s.k. ”wedgie”).

I avsnittet gästspelar Philip Baker Hall; en skådespelare som många gånger fått spela domare och privatdeckare på grund av sin bistra uppsyn. I **The Library** gör han rollen som Bookman, mannen som driver in gamla skulder till biblioteket. Han besöker Jerry i en scen där han pratar snabbt, konkret och hårdkokt. Hans repliker och hans klädstil (trenchcoat och hatt) gör det uppenbart att han ska föreställa en form av privatdeckare i stil med Sam Spade och Philip Marlowe från *The Maltese Falcon* (1941, John Huston) respektive *The Big Sleep* (1946, Howard Hawks). I slutändan är det han som vinner över Jerry som får bära rollen som den girige skurken.

The Pilot: Detta dubbelavsnitt avslutar fjärde säsongen av *Seinfeld* med premiären av *Jerry*; Jerrys och Georges komediserie. Det genomgående temat i säsongen har nämligen varit att de två vännerna har blivit erbjudna att göra en egen serie av produktionsbolaget NBC. Deras förslag är att den ska handla om ingenting och efter mycket om och men går cheferna med på deras idéer och i **The Pilot** får de alltså se sitt program på TV för första gången. Genom dessa två avsnitt får vi följa vägen till pilotavsnittet med allt vad casting och manusproblem innebär. Allting avslutas med att NBC:s högsta chef försvinner spårlöst och ersätts av en annan chef. Det första hon gör med sin makt är att sparka Jerry och George som manusförfattare och sluta sända *Jerry*. *Seinfelds* fyra karaktärer befinner sig på ruta ett igen.

Det finns tre viktiga referenser i säsong fyra som gäller förhållandet mellan verklighetens tillkomst av *Seinfeld* och *Seinfelds* version av det.

1. Det påpekas ofta i säsong fyra att serien *Jerry* egentligen inte handlar om någonting, vilket serien i realiteten ofta kritiserats/hyllats för. Detta exemplifieras när George och Jerry träffar cheferna för NBC i **The Pilot** och avslöjar att serien kommer handla om ingenting, vilket inte mottas positivt.
2. Det sägs att Georges karaktär ska bygga på Larry Davids egen persona (”George is sometimes said to be the dark side or id of Larry David...”)²⁴ vilket blir signifikant då

²⁴ Irwin, *Seinfeld and Philosophy*, s. 4

det är Jerry och George som skriver manus till sin serie. I verkligheten var det David och Seinfeld.

3. Man anmärker ofta på att Seinfelds karaktärer inte kan agera. I **The Pilot** finns en scen där Kramer och Jerry tävlar om vem som kan skratta mest trovärdigt ifall de skulle spela sig själva i *Jerry*. Detta tredje faktum spelar an på Jerry Seinfelds tidigare erfarenhet inom showbusiness, då han som ung fick en roll i TV-serien *Benson* (1979-1986, John Rich och Bill Foster m.fl.). Jerry sa själv om sin insats att han inte var bekväm med att spela någon annan, ”Jerry (...) was not entirely comfortable with acting.”²⁵

I *Seinfeld* behandlas verkligheten genom ett slags filter och återigen ges intrycket av att serien gör diskurs av verkligheten eller ser verkligheten som diskurs. Genom säsong fyra refererar man till händelser som har skett på riktigt men man anpassar dem för TV-seriens format. Referenserna blir i sig själva en drift med verkligheten, en sorts analys av det som har skett. Detta gör att karaktärernas self-identity kompliceras; det *Seinfeld* gör är att referera till sin egen tillkomst. Self-identity grundas i att de återuppfinner sig själva och i själva verket hela sin existens.

Den existensen, som alltså blandar verklighet med fiktion, gör också ett tydligt avstamp i vår egen realitet i **The Boyfriend**. Keith Hernandez finns faktiskt på riktigt, men bråket mellan honom, Kramer och Newman är påhittat eftersom det bygger på referenser till *JFK*. *Seinfelds* parodi på rättegångsscenen fyller två syften. Dels underbygger det teorin kring mordet på Kennedy då *Seinfeld* föreslår att hela diskussionen är absurd genom att ersätta kulan med en spottloska. Dels tar det förhållandet till Keith Hernandez, försätter det i en fiktion som bygger på en annan, och gör Hernandez till en fiktiv karaktär. Det förefaller finnas ett lager av diskurser varav verkligheten enbart är en av dem.

Exemplet i **The Library** visar hur fiktion interagerar med fiktion; 1940-talets privatdeckare flyttas till nutidens New York. Här har Bookman blivit en parodi på sig själv, en påhittad figur som egentligen inte hör hemma i den text han satts i. Bara hans namn, Bookman, visar att hans existens är självuppfyllande. Hans identitet är den av en bortglömd agent vars arbetsuppgift har reducerats till att enbart finnas. Han gör därför ett spektakel av sitt syfte och sitt liv. Bookman är fiktion och existerar inte på något annat plan. Han är kanske

²⁵ Irwin, *Seinfeld and Philosophy*, s. 4

den enklaste representanten av de self jag har nämnt hittills. Han existerar för att han måste existera.

Sammanfattningsvis ter det sig som om *Seinfelds* syn på verklighet faktiskt är diskurs. Därför är alla karaktärer i serien diskurser; oavsett om de är sprungna ur verkliga livet eller inte. Jag kan konstatera att ingenting egentligen är glasklart just på grund av att seriens identiteter verkar på många olika plan av fiktion. Min slutsats blir dock den att *Seinfeld* bygger sina self genom intertextuella referenser och på så sätt skapar sina karaktärer. Deras self-identity finns för att de relaterar till något annat, nämligen diskurser.

5.1 Slutdiskussion

I början av den här uppsatsen ställde jag frågan: **Vad är identitet enligt *Seinfeld*?** Under analysens gång har jag försökt peka på de ledtrådar och teman som förekommer i serien för att skapa mig en uppfattning och finna ett svar. I slutändan blir lösningen, som jag ser den, svårtolkad.

Seinfeld leker hela tiden med den gängse uppfattningen kring vad en identitet är. Som beskrivet i *The Politics of Postmodernity* är *self* i den postmoderna världen löst grundat i många splittrade självbilder.²⁶ I *Seinfeld* speglas dessa självbilder som **media** (intertextualitet), **konsumism** (kommodifiering) och **konstruktion**. Min förklaring kring varför man väljer att göra så är för att man erkänner det postmoderna samhället. Jerry, George, Kramer och Elaine är alla skapade karaktärer, naturligtvis, men återskapas också under seriens gång. De går in i och ut olika roller utan problem och vävs in i handlingar som är versioner av tidigare verk. I den värld som målas upp i *Seinfeld* finns ingen originalidentitet, bara multipla self som agerar och reagerar efter sammanhanget. Sammanhanget i *Seinfeld* är media, i grund och botten en *värld i världen*. Det är i mediebruset som karaktärerna befinner sig och tycks lida den påhittade historiens återupprepning, gång på gång. Köphysterin är en bieffekt av reklamen och berättigar vår självkänsla; exemplet med Jerrys nya jacka i **The Jacket**. Konstruerade identiteter är personer som likställs som symboler (Kramer i **The Letter**) och existerar som egna väsen (*Art Vandalay*) på något plan av medias värld. De intertextuella identiteterna fyller olika funktioner, men deras huvudsakliga relation till identitetsproblematiken är att de hela tiden relaterar till påhittade händelser och berättelser. De är hela tiden fast i förhållandet mellan dikt

²⁶ Gibbins och Reimer, *The Politics of Postmodernity*, s. 55 f

och verklighet, dömda att återuppleva verk som har blivit deras realitet. I en imploderad värld vandrar karaktärerna i serien omkring med skyggglappar, omedvetna om allvaret i situationen. Kanske för att allvaret inte existerar inom *Seinfeld*. Som jag nämnde i inledningen finns det ingenting som bryter illusionen och detta demonstreras ypperligt av seriens förmåga att helt enkelt byta plats på vad som anses vara tabu och vad som anses vara nonsens.

Det är lite av seriens signum att göra detta. Medan de mest uppseendeväckande händelser passerar lätt förbi hänger man sig åt att, nästan pornografiskt, dekonstruera sociala koder, relativisera uppfattningar om rätt och fel och själv återuppbygga en ny regelvärld ur askan av den gamla. Att karaktärerna *missar* allvaret i situationen beror på att allvaret har förskjutits från det spektakulära till det triviala. *Seinfeld* må påstå sig handla om ingenting, men det ligger i sådana fall i detta ingentings natur att göra en extraordinär attraktion av vårt vardagliga liv, exempel Bookman.

Man skulle antagligen kunna argumentera för att *Seinfeld* i sitt val av humor saknar moraliska spärrar eller att man är ute efter att provocera. Men det är min bestämda uppfattning att seriens upphovsmän inte har tänkt i de banorna. Det blir aldrig utstuderad provokation eftersom *allting* likställs. Bristen på moraliska spärrar blir inte ett självändamål utan en nödvändighet för att visa vad man uppfattar som humor i dagens moderna samhälle. *Seinfeld* gör humor av det triviala för att det triviala anses vara viktigt.

Vad man verkar förevisa med detta budskap är vår egen trivialisering av händelser omkring oss. Att det absurda och det lustiga är vår uppfattning. Men det intressanta är att *Seinfeld* aldrig anklagar oss. Skulden läggs på konsumtionssamhället, företag, mansideal, kvinnoideal, institutioner, förnekandet av vår mänskliga natur. I ståuppssegmenten häcklas allting som i grund och botten gör oss mer till en del av något annat. Snabbare mat, förenklande städprodukter. På det här sättet tas den postmoderna teorin om kulturell och social kollaps till bisarra höjder där den enda frågan egentligen är nyttan med allt.

I detta nystan av meningslöshet född ur forna tiders mening har *Seinfeld* ett ottömligt bibliotek med samhällskritik att använda sig av. Den kulturella världens postmoderna status tillåter serien att blanda högt med lågt, masskultur med konst, och ironiskt nog skapa något unikt. Det postmoderna tillåter ett intrikat nät av intertextuella referenser där *Seinfeld* i sin fjärde säsong löper hela linan ut och återuppfinner sin egen skapelseberättelse.

Min slutsats kring frågan om *Seinfeld* **hånar eller hyllar postmodernismen** känns vid det här laget redan besvarad. Jag finner det svårt att påstå att serien förespråkar vare sig det ena eller det andra, snarare handlar det om ett accepterande av sakernas tillstånd. Emellertid skildras samhället som en alltmer absurd plats, men det blir aldrig explicit

negativt. Seinfelds ton avslöjar överenskommelsen med vår postmoderna tillvaro. Och vi som publik blir knappast matade med propaganda, bara en reflektion av åt vilket håll vi är på väg. *Seinfeld* låter emellertid valet vara vårt. Om det är en skön ny värld som stundar eller *Blade Runners* eviga regnmörker.

6.1 Källförteckning

6.1.1 Primärmaterial

Originaltitel: *Seinfeld*

Produktionsbolag: Castle Rock Entertainment och West-Shapiro, USA, 1990-1998

Producent: Jerry Seinfeld, Larry David m.fl.

Regissör: Andy Ackerman, Tom Cheronos, David Steinberg, David Owen Trainer

Manusförfattare: Jerry Seinfeld, Larry David m.fl.

Fotograf: Wayne Kennan m.fl.

Klipp: Bill Lowe m.fl.

Originalmusik: Jonathan Wolff

Skådespelare: Jerry Seinfeld (Jerry Seinfeld), Jason Alexander (George Costanza), Michael Richards (Cosmo Kramer), Julia Louis-Dreyfus (Elaine Benes)

6.1.2 Sekundärmaterial, filmer

Originaltitel: *The Big Sleep*

Produktionsbolag: Warner Bros. Pictures (som Warner Bros.-First National Pictures Inc.), USA, 1946

Regissör: Howard Hawks

Originaltitel: *Blade Runner*

Produktionsbolag: Blade Runner Partnership, Ladd Company, The, Run Run Shaw, Shaw Brothers, USA, 1982

Regissör: Ridley Scott

Originaltitel: *Good Will Hunting*

Produktionsbolag: Be Gentlemen Limited Partnership, Lawrence Bender Productions, Miramax Films, USA, 1997

Regissör: Gus Van Sant

Originaltitel: *JFK*

Produktionsbolag: Alcor Films, Camelot, Canal+, Ixtlan Corporation, Regency Enterprises, Warner Bros. Pictures, USA, 1991

Regissör: Oliver Stone

Originaltitel: *The Maltese Falcon*

Produktionsbolag: Warner Bros. Pictures, USA, 1941

Regissör: John Huston

Originaltitel: *The Matrix*

Produktionsbolag: Groucho II Film Partnership, Silver Pictures, Village Roadshow Pictures, Warner Bros. Pictures, USA, 1999

Regissör: Larry och Andy Wachowski

6.1.3 Sekundärmaterial, TV-serier

Originaltitel: *The Brady Bunch (Gänget och Jag)*

Produktionsbolag: Paramount Television (som Paramount Pictures Corporation), Redwood Productions (i samarbete med), American Broadcasting Company (ABC), USA, 1969-1974

Regissör: John Rich, Leslie H. Martinson m.fl.

Originaltitel: *Friends (Vänner)*

Produktionsbolag: Warner Bros. Television, Bright/Kauffman/Crane Productions, USA, 1994-2004

Regissör: Gary Halvorson, Kevin Bright m.fl.

Originaltitel: *Joey*

Produktionsbolag: Silver and Gold Productions, Bright-San Productions, Warner Bros. Television, USA, 2004-2006

Regissör: Kevin Bright, Gary Halvorson m.fl.

Originaltitel: *The Simpsons*

Produktionsbolag: 20th Century Fox Television, Gracie Films, Film Roman Productions, USA, 1989-????

Regissör: Mark Kirkland, Steven Dean Moore, Jim Reardon m.fl.

Originaltitel: *That 70's Show*

Produktionsbolag: Carsey-Werner-Mandabach Productions, Carsey-Werner Company, USA, 1998-2006

Regissör: Bonnie Turner, Mark Brazill, Terry Turner m.fl.

6.1.4 Sekundärmaterial, tryckt

Bordwell, David och Thompson, Kristin, *Film History: An Introduction*, andra upplagan, Boston m.fl.: McGraw-Hill, (1994) 2003

Gibbins, John R. och Reimer, Bo, *The Politics of Postmodernity*, London: SAGE Publications, 1999

Lyon, David, *Postmodernity (Postmodernitet)*, svensk upplaga, Lund m.fl.: Studentlitteratur, (1994) 1998

Irwin, William m.fl., *Seinfeld and Philosophy: A Book about Everything and Nothing*, tredje upplagan, Chicago: Open Court, (2000) 2001

Collins, Jim, *Uncommon Cultures: Popular Culture and Post-Modernism*, New York: Routledge, 1989

6.1.5 Sekundärmaterial, otryckt

Seinfeld produktionsinformation o.dyl., Internet Movie Data Base,
<http://www.imdb.com/title/tt0098904/>, 2008-01-04

Definition av *den andre*, Sartre Online,
http://www.geocities.com/sartresite/articles_praxis_9.html, 2008-01-23

6.1.6 Övrigt

Citatet i huvudrubriken är hämtat från **The Phone Message** (1991), avsnitt sju, säsong två av *Seinfeld*.