

Tilbage til Virkeligheden

Af Nis Vraasø

Nis Vraasø studerer dansk og retorik, og er desuden ivrig fjernsynskigger.

DR2s tv-show, den 11. time, er en subtilt formuleret kritik af dagens kommercielle og ligegyldige mediebillede, og samtidig et forsøg på at redde tv-mediet... i 11. time.

Gemt helt henne i hjørnet af den allerværste sendetid på DRs mest obskure kanal finder man tv-showet den 11. time. Programmets erklærede mål er 'at klæde seerne af til at gå i seng'. Showets ene vært er den altid ulasteligt klædte Mikael Bertelsen. Manden med stenansigtet der gennem en årrække har fungeret som DR2s grå eminence og kultureddaktør, når han da ikke har stukket sit hoved frem på skærmen i relative publikumssucceser som Bertelsens og De Uaktuelle Nyheder. Her var han manden bag det skelsættende interview med Dansk Folkepartis Morten Messerschmidt, hvori han afsluttede samtlige spørgsmål med linjen: "Dit højreorienterede svin". I radioprogrammet Bertelsen på P1 fortsatte han eksperimenterne med interviewformen. Her gennemførte han bl.a. et 40 minutters interview med daværende pressechef i DF, Søren Espersen, iført høreværn og bind for øjnene.

Denne gang har han allieret sig med Mads Brügger. DR-journalisten der bl.a. gjorde sig bemærket i sin programserie Det Røde Kapel. Her lykkedes det ham at bringe unikke billeder fra Kim Jong IIs Nordkorea gennem at foregive at repræsentere en dansk stalinistisk gøglertrup. I Danes for Bush rejste Brügger til USA for at portrættere det radikale højre. Her under dække af at tilhøre en dansk Bush-fanklub. Med den 11. time har de to herrer begået en genistreg, der appellerer både til hjernen og hjertet. Programmet er et eksempel til efterfølgelse i en tid hvor et økonomisk presset DR, mere end nogensinde, har behov for at vise, at man godt kan lave vedkommende og ambitiøst fjernsyn for en billig penge.

I DEN 11. TIME har Brügger og Bertelsen tilsyneladende forsøgt at genskabe en tid, hvor tv-mediet stadig havde sin uskyld i behold. En tid før de kommercielle tv-stationers indtog i det danske mediebillede. En tid hvor DR havde eneret på sandheden, og hvor public service-begrebet blev taget meget alvorligt. Studiet er en ultraminimalistisk kulisse holdt i få blå nuancer og med værten placeret i midten ved et lille skrivebord. Designet er taget direkte ud af de tidlige halvfyrdere, og hilsenerne til de glade monopoldage optræder i alt fra programmets introsekvens til værternes påklædning.

Bertelsen hævder i et af programmerne sågar, at hans slips har været båret af en DR-ansat i denne periode. I programmet interviewes aktuelle gæster inden for kunst og kulturverdenen. Gæster der ellers ikke ville have haft en chance for at komme på tv med deres smalle kunst eller uortodokse holdninger. Interviewene foregår i en munter ironisk tone, og ofte er der mere fokus på værtens opfattelse af den interviewede end den interviewedes egen præsentation af sig selv. Op til programseriens start i februar kunne man på DR følge Bertelsens forberedelser til showet i en række reklamespots. Her bliver han, med kornet håndholdt kamera, fulgt under et par farverige terapiforløb, hvor han skal overvinde sin påståede præstationsangst. Sideløbende kørte der en kampagne på københavnsk lokal-tv, hvor Bertelsen, i pauserne mellem hardcorepornofilm, tonede frem i sit DR-slips for at promovere programmet.

Kampagnen var indrykket, og finansieret, af Mikael Bertelsen privat, men blev stoppet af DR, der naturligvis ikke ville forbindes med porno. At privatpersonen Bertelsen, på denne måde, er blevet brugt i programmets markedsføring er en indikation af, at her er noget nyt på spil.

ISCENESÆTTELSEN af Bertelsen som smånervøs og kejtet studievært giver uvægerligt seeren lyst til at stille spørgsmålet: ”Spiller han skuespil?”. Og netop her ligger en del af programmets styrke. Siden de sene halvfemsere har der, sideløbende med den traditionelle dyrkelse af mediekändisser, været en tendens til at tv-mediet har opsøgt ’almindelige mennesker’.

Denne tendens affødte bl.a. genren *reality tv*, et begreb der, i sig selv, afslørede, at tv-mediet ikke længere afbildede virkeligheden. Det havde for alvor mistet sin uskyld, og derfor ville man tilbage til noget ’ægte’. *Robinson Ekspeditionen* og *Big Brother* var eksempler på denne tendens. Begge eksempler på ’virkelighed’, men en virkelighed der kun udspillede sig inden for en lille velpudset biotop, og med personer der var castede ud fra kommercielle interesser.

Senere kom *docu-soapen*. Her fulgte kameraet almindelige menneskers hverdag, og krydrede det med interviews, hvor de implicerede kunne kommentere på begivenhederne. De små parallelle handlingsforløb og fortælleformen med et klimaks i afslutningen af hver udsendelse mindede dog mere om traditionelle tv-seriers fiktive univers. Disse genrers popularitet medførte et mediebillede, hvor underholdningsfladen var domineret af genrer, der hverken kunne kategoriseres som fakta eller fiktion. Jerry Springers populære amerikanske talkshow var et kroneksempel på dette. Han indrømmede blankt, at deltagerne i hans show alle var betalte skuespillere, der agerede forsmåede elskere eller utro ægtemænd og alle shows endte i håndgemæng og almindeligt kaos. Publikum syntes dog at være ligeglad med denne genreblanding, og det faktum at tv-mediet ikke længere var troværdigt.

De sidste par år har vi set flere satireprogrammer, der har kommenteret denne genreblanding. Bl.a. DR's *Cykelholdet*, en fingeret docu-soap om et håbløst jysk cykelholds vej til Tour de France (produceret af bl.a. Mikael Bertelsen), og senest TV2's *Klovn*. I *Klovn* optræder kendte mediepersoner under deres egne navne i et semidokumentarisk miljø. Her dummer de sig lystigt, og portrætteres som opblæste og arrogante fjolser.

I SLIPSTRØMMEN af netop disse blandingsprodukter kommer så DR2's nye programkoncept. Med *den 11. time* er diskussionen om tv-mediets repræsentation af virkeligheden rykket ind i den folkelige talkshow-genre.

Bertelsens mediefigur er en blanding af en seriøs gammeldags nyhedsoplæser, en ironisk ungdomsreporter og en ’almindelig’ person som du og jeg. Hans interviewteknik er klodset og til tider direkte elendig. Han afbryder gæsterne, og taler ofte om sig selv i stedet.

Det geniale ved hans figur er, at den er en slags opkog af publikums forventninger til tv-underholdning: Den traditionelle selvoptagede mediekändis og den ægte begejstrede dilettant i ét. Hvor Bertelsen placerer sig som privatperson er uinteressant for tv er et bedragerisk medium, hvor troværdighed ofres på underholdningens alter.

Spørgsmålet om tv's troværdighed behandles også elegant i selve programmet. Et par gange undervejs har Bertelsen været på gaden for at interviewe almindelige danskere om sit program. I starten får han negative tilbagemeldinger, men cirka en måned inde i programserien synes folk pludselig, at han er fantastisk. De ser alle hans program, og elsker det. Kigger man godt efter, vil man dog lægge mærke til, at det er de samme personer, der er blevet interviewet to gange. De har sågar det samme tøj på. Det er altså fup.

Men ikke mere fup end selve programmet.

I FEBRUAR bragte *den 11. time* to programmer, som kan siges at repræsentere en tematisk tendens

i showet. I det første program blev de to amatørhistorikere Britt Bartenbach og Ole Hans Jensen interviewet på baggrund af deres nyeste bogudgivelse. I bogen hævder de at have løst gåden om dobbeltmordet på Peter Bangsvej i 40erne. Programmet igennem fremlægger de en imponerende konspirationsteori, der involverer nazister, kongehuset, kontraspionage og sågar Buster Larsen. Undervejs dokumenterer de løjerne med fotos fra navngivne kilder og fremviser sågar billedet af en fortjenstmedalje, de skal have overrakt af det amerikanske senat. Studievært og publikum er lamslåede.

Aftenen efter har programmet multikunstneren Peter Wendelboe i studiet. Han hævder, at han gennem seks år pr. e-mail har fodret de to historikere med 'beviser' til deres bog. Beviserne er fyldt med kodede meddelelser, som alle antyder, at hele historien er fup.

Wendelboe hævder, at han har udført mediestuntet som et *situationistisk* kunstværk, og at det var hans hensigt med værket at skabe en debat om historieforfalskning. Han afslutter programmet med at hævde at: "Man skal ikke tro på alt, hvad man ser på internettet". Beviserne på hans fupnummer kan man (ironisk nok) finde på hans hjemmeside.

Ser man de to programmer efter hinanden, er det let at også opfatte selve tv-showet som et situationistisk kunstværk, der har til hensigt at skabe en debat om tv-mediets formidling af sandheden: "Man skal ikke tro på alt, hvad man ser i fjernsynet". Situationismen var en bølge i bl.a. skandinavisk kunst i 1960erne, der gjorde op med kunstens traditionelle afsender/modtager-forhold gennem at skabe 'situationer' og derigennem gøre opmærksom på samfundsmæssige problemer. Jørgen Nashs påståede dekapitation af den lille havfrue regnes bl.a. for en situationistisk happening.

I *den 11. time* benyttes talkshow-formen til at præsentere to versioner af virkeligheden præsenteret af to forskellige autoriteter. Publikum tvinges til at tage stilling til den repræsentation af virkeligheden, som de præsenteres for.

PÅ DEN ENE SIDE formulerer programmet et alternativ til tv's nuværende udbud af programmer ved sin minimalistiske og direkte interviewform.

Programmets gæster er ofte lidt skæve eksistenser, der ikke bringes i fokus i kraft af deres kendthed, men det faktum at de har noget interessant på hjerte. Ved at interviewe dem på en ubehjælpelig og amatørisk måde bringes deres fokus væk fra det opstillede i hele samtalsituationen, og dialogen bliver som i en dagligdags samtale.

Herved nærmer *den 11. time* sig den 'ægthed', som tv så længe har tilstræbt. Ved at bringe fokus på kunstnere og særlinge afstikker programmet desuden en kurs, der er en direkte modsætning til de kommercielle mediers fejring af 'det normale', vi bl.a. ser i de utallige indretnings- og boligprogrammer.

PÅ DEN ANDEN SIDE vil programmet, med sin blanding af virkelighed og fiktion, gøre opmærksom på tv-mediets begrænsninger og tvinge publikum til at tage stilling til massemediernes repræsentation af virkeligheden. Som når studieværten (d. 28/3) siger: "Det er jo så moderne, at tv-værten skal give lidt af sig selv, så det har jeg tænkt mig at gøre nu...".

Denne dobbelte argumentation er meget lig den Bertolt Brecht benyttede sig af i sine teaterstykker allerede i 20erne. Brecht mente, at det klassiske teater bragte tilskuerne i en ukritisk tilstand. Derfor udviklede han teknikker til at fremkalde sin berømte Verfremdungseffekt. Publikum skulle ikke blot hensvømme i indlevelse og æstetisk nydelse, når de gik i teatret. De skulle konstant gøres opmærksomme på, at de var vidne til fiktion, og at kræfterne skulle bruges i den virkelige verden til at løse samfundsmæssige problemer. Kunne man derfor både fremkalde indlevelse og kritisk stillingtagen hos sit publikum, havde man det ultimative kunstværk.

Og det er netop lige, hvad *den 11. time* gør. Ved konstant at gøre seeren opmærksom på, at han/hun ser et tv-program, og ved at problematisere mediet, tvinges seeren til at tage stilling til noget, der

fylder en del i hans/hendes dagligdag.

Samtidig er programmet helt basalt underholdende og er med sin naivistiske tilgang til talkshow-genren med til, så at sige, at kræve virkeligheden tilbage til tv. For ved at argumentere for at det formidler en kunstig virkelighed, når programmet måske tættere på virkeligheden end de programmer, der postulerer at afbilde den rene skinbarlige virkelighed.

DR er, som den eneste ikke-kommercielle medieinstitution, i disse år nødt til at formulere et alternativ til de konkurrerende kanaler, og med *den 11. time* er man på rette vej.

Spørgsmålet er, om ikke programmer som dette kan være starten på en bølge af underholdningsprogrammer med hjernen på rette sted, som også kan opnå en høj seertilslutning. Radioprogrammet *De Sorte Spejdere* på DR's p3 fristede i starten en uanseelig tilværelse på aftenfladen mellem 23 og midnat.

Her blev der bl.a. gjort tykt grin med DR's eget udbud af elendige boligprogrammer og spillet bizar undergrundsmusik. Nu er *De Sorte Spejdere* et af de mest populære radioprogrammer på eftermiddagsfladen og sender hver eneste dag. Det er altså muligt at ændre danskernes tv- og radiovaner, ved at give os noget vi ikke forventer.

Det er muligt at puste nyt liv i et tv-medium, der gennem længere tid ikke har gjort meget for at berettigg sin egen eksistens. Ved at gøre det eksakt modsatte af de kommercielle kanaler har Bertelsen og co. bevist, at man ikke behøver at efterligne deres koncepter for at konkurrere med dem. Man kan simpelthen skrue ambitionerne op og lave bedre fjernsyn. Fjernsyn der tager sine seere alvorligt uden at tage sig selv alt for alvorligt.