

[redacted] d [redacted] f [redacted] s n [redacted] m [redacted]
Ideologiske konstruktioner og filantropi [redacted]

- om Kræftens Bekæmpelses funktion og virkemåde

[redacted] s [redacted] d [redacted] m [redacted] k [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] h [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

Specialets vejleder: Henrik Jøker Bjerre [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

[redacted] Modul 21 "Kandidatspeciale" [redacted] s [redacted]
[redacted] [redacted] f [redacted] 10. semester [redacted] [redacted]
Anvendt Filosofi. [redacted] Aalborg Universitet
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

[redacted] Specialisering: Organisation og Dialog [redacted]
Afleveringsdato: den 31. maj 2018 [redacted] i [redacted]

[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
Anslag: 312.786 H [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
Bilagsomfang: 118.501 [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

IKKE-FORTROLIGT

Charlotte Torp Nielsen
Studienr: 2011-3781

Mads Reinholt Laursen
Studienr: 2012-6025

FORHØR OVER DEN GODE

Træd frem: Vi hører
At du er en god mand.

Du er ikke til fals, men lynet
Der slår ned i huset
Er heller ikke til fals.
Hvad du een gang har sagt, det står du ved.
Hvad har du sagt?
Du er ærlig, du siger din mening.
Hvilken mening?
Du er tapper.
Mod hvem?
Du er klog.
For hvem?
Du ser ikke på din fordel.
På hvis da?
Du er en god ven.
Er du også en god ven af det gode folk?

Så hør: Vi ved
Du er vor fjende. Derfor vil vi nu
Stille dig op mod en mur. Men i betragtning af dine fortjenester
Og gode egenskaber
Mod en god mur og skyde dig med
Gode Kugler fra gode geværer og begrave dig med
En god skovl i god jord.

- Bertolt Brecht

FORORD

Nærværende speciale markerer afslutningen ved vores kandidatuddannelse på Anvendt Filosofi. I samarbejde har vi fulgt hinanden gennem uddannelsen, gennem praktik, projektarbejder, sene nattetimer og diskussioner. Vi er blevet støttet af vores familier, venner og bekendte ikke alene i forhold til dette speciale, men også i løbet af uddannelsen, hvorfor vi ønsker at rette en stor tak til alle de personer. Uden jeres støtte, kritik og (til tider) trøst var dette speciale ikke muligt.

Desuden ønsker vi at rette en tak til de forelæsere og vejledere, vi har haft undervejs på uddannelsen og en særlig tak til Henrik Jøker Bjerre, vi har været så beærede af at have som specialevejleder. Tak for spændende dialoger, lærerige kritikker og (vilde) analyser.

Tak til Sofie Bak Larsen for den smukke opsætning af specialet.

Vi har i nærværende speciale anvendt Harvard-referencesystem, dog modificeret således at vi har undladt komma efter navn, hvorfor kilder vil være angivet: (Navn Årstal:Sidetal). Vi henviser desuden til internetkilder ved at anvende [x].

Vi ønsker jer god læselyst

ABSTRACT

In this thesis we examine the ideological functioning of the interest organization 'Kræftens Bekæmpelse', with a primary focus point on the TV charity show "Knæk Cancer".

Through an understanding of how the functions of society, politics and the economy have become more intertwined, we examine how Kræftens Bekæmpelse bears great tasks within the public domain. Furthermore, we discuss how these tasks can be defined as primary goods, and the consequences that follow when Kræftens Bekæmpelse has grown into a massive organization that bears influence in public, political and private domains. We demonstrate how Kræftens Bekæmpelse push other disease groups out of political attention.

Afterwards we examine how Kræftens Bekæmpelse can be understood as reversed philanthrocapitalism; here, the main accomplishment is the philanthropic act, and the surplus takes materialized form, either as merchandize or a lottery ticket where the donator can win a car or vacation.

We investigate the Knæk Cancer TV show, based on thematics, where our findings show that there doesn't seem to be any threat of consistency through the show, and we also discover that the content of the show doesn't seem to fit the description presented in the mission statement of the Knæk Cancer show, published by Kræftens Bekæmpelse.

This is followed by an examination of how a philosophical-sociological tradition can support in making the hidden obvious. This examination begins with a description of how an American cell-researcher experienced her own cancer process, where she describes how a discourse of positive thinking is consuming all aspects of cancer, which gives a twisted idea of what being a cancer patient really is, which also seems to be the case in the Knæk Cancer TV show. This is linked with a discussion of how Alan Bryman's ideas about Disneyization and Georg Ritzer's ideas about McDonalidization, understood as principles of corporate organization, seem to be structural principles with a determining influence on the Knæk Cancer-show.

This discussion is accompanied by the French philosopher Guy Debord's idea of *La Société du Spectacle*, where we investigate how capitalistic commodity fetishism has been the controlling factor of social relations. We show how the spectacle has a positive influence, which means that it functions by separating people from each other and alienating people into a 'lonely crowd'. This idea of the spectacle relates directly to Knæk Cancer.

Furthermore, we tend to the philosophy of Jean Baudrillard, where we show how hyperreality makes objects prevail, which means there is no greater meaning or reference behind

the signs. We examine how this is a criticism of a traditional Marxist doctrine with the possibility of breaking with the conditions of capitalistic production. On the contrary, man is captured in a positive Sublime, which constantly seeks economic growth, which means that man is forever entrapped in a transfinite universe.

Where Baudrillard leaves men, in this transfinite universe of hyperreality, the Slovenian philosopher Slavoj Žižek advocates something else. Through Žižek's philosophy, we define Knæk Cancer as a social fantasy, and to understand this social fantasy, one must 'go through' it. We analyze how a donation to Knæk Cancer can be understood as philanthrocapitalistic commodity, which is of a strange nature, since its form is undefinable; it is a combination of a ticket in the competition of winning a car or a vacation, and some kind of 'good conscience'. This is followed up by a psychoanalytic approach combined with a Marxist understanding, which shows how Knæk Cancer maintains the people in the role of oppressed consumers.

To continue our analysis, we find it necessary to expand it, and let it take form as a "wild analysis". This is done through an understanding of how Knæk Cancer practices a line of violent acts, in maintaining the people in the role of oppressed consumers.

The conclusion is that Knæk Cancer is anchored in a line of destructive acts, where the people are kept in a permanent state of emergency, and the only choice they have is to act, and this can only be done by consuming. This state of emergency is a blockage of true intersubjectivity and leaves no room for reflective thinking.

Finally, we reflect on which consequences follow, and how children in particular are greatly affected by the show, and do manual labor for the purpose of donating to Knæk Cancer. This conclusion leads to new reflections about how this permanent state of emergency affects the minds of children, not only now, but also in the future.

Indholdsfortegnelse

INDLEDNING	08
Introduktion til feltet	10
Teoretisk opbygning og argumentation	14
Kræftens Bekæmpelse som samfundsfunction	16
FILANTROKAPITALISME	17
Normative principper bag et retfærdigt samfund	20
Minimalstat	26
Primære goder	27
MAKING THE OBVIOUS OBVIOUS	31
Knæk Cancer	32
Tematisering	33
Knæk Cancers formålsbeskrivelse	36
MAKING THE HIDDEN OBVIOUS	38
Gør det skjulte åbenlyst	39
Smile or Die!	40
Ideologiske konstruktioner	42
Pink Ribbon Culture	44
Knæk Cancers diskursive referencer	45
Disneyzation og McDonalization	50
Disneyzation	55
Opsamling på analyse	59
SPEKTAKLET	60
Seperation	61
Varen og dens forhold til verden	65
Opsamling på specialets anden del	66
MAKING THE OBVIOUS DUBIOUS	68
At gøre det åbenlyst tvivlsomt	69
Tom forførelse	70
Disneys dobbeltfunktion	72

Objekternes forrang	74
Opsamling	76
SLAVOJ ŽIŽEK	77
Handlen	77
Jacques Lacan	79
Vareformen og realabstraktionen	80
Donationer som varer	83
Drømmearbejdet	85
Drømmearbejdet og realabstraktionen	88
Det ideologiske fantasme	90
GENNEMKRYDSNING AF FANTASMET	91
Lacans diskurs-formler	93
Drømmeanalyse	94
Arbejdets forskydning	98
Diskursive konstruktioner	101
Universitetsdiskursen	101
Mesterdiskursen	104
Ideologisk Jouissance	108
MAKING THE IMPOSSIBLE POSSIBLE	113
Vild Analyse	114
Det Reelle	115
Videretænkning af Jouissance	117
Voldshandlinger	117
KONKLUSION OG PERSPEKTIVERENDE REFLEKSIONER	127
LITTERATURLISTE	130
 BILAGSOVERSIGT	 138
1. Seeranalyse	139
2. Organisation	140
3. PFA aktieoversigt	141
4. Transskription	152
5. Cirkeldiagram og udregninger	252

Indledning

I 2009 blev det et lovkrav for de 1100 største danske virksomheder at redegøre for deres "arbejde med samfundsansvar", også kaldet Corporate Social Responsibility (Erhvervsstyrelsen.dk [1]). Det betyder i praksis, at virksomhederne hvert år skal fremlægge dokumentation. Erhvervsstyrelsen foreslår, at denne for eksempel kan indeholde en beskrivelse af, "hvordan virksomhedens aktiviteter påvirker samfundsmæssige forhold som bl.a. miljø, klima, menneskerettigheder" (Ibid). Dog er definitionen ikke entydig, og derfor har flere kritikere debatteret, hvorvidt dette lovkrav egentlig har medført reelle ændringer, eller om det snarere er 'varm luft' med den eneste funktion at anvende en CSR-rapport strategisk, som en form for reklame for virksomheden (se fx Vallentin 2011; Roepstorff 2010; Arler et al. 2015). Herunder er betegnelsen filantrokapitalisme blevet en almindelig betegnelse for det forhold, at virksomheder søger at tiltrække flere kunder eller investorer ved at profilere sig gennem at lave eller støtte velgørende aktiviteter.

Sarai Løkkegaard og Kristina Skovgaard Pedersen beskrev i 2012, hvordan virksomheder i stigende grad måles på deres CSR-profiler, både blandt kunder og øvrige interessenter. De forklarer blandt andet, at virksomhedernes omdømme og image i høj grad er afhængig af, hvor dygtige de er til eksternt at formidle deres samfundsansvarlige aktiviteter. Derfor er selve det, at virksomheden kommunikerer ansvarlighed, blevet et slags konkurrenceparameter (Løkkegaard & Pedersen 2012:16). Dette er ikke alene en aktivitet, som er forbeholdt de største virksomheder i Danmark. Der er også en stigende tendens til, at også mindre virksomheder har integreret en eller anden form for strategisk kommunikation, som viser, hvordan de tager ansvar for dette. Dette fænomen kaldes også Customer Relationship Management, hvilket betyder, at virksomhederne oplyser om for eksempel velgørenhedsinitiativer, donationer eller aktiviteter vedrørende bæredygtighed for at tiltrække flere kunder (Buttle & Maklan 2015:18).

Men det er ikke alene virksomheder, der er optaget af velgørenhedsarbejdet, det er også private, som eksempelvis bruger en søndag formiddag på at gå fra dør til dør for at samle penge ind til en NGO eller månedligt donerer et fast beløb til en velgørende forening.

Der eksisterer også begivenheder, som forener både virksomheder og private i forhold til

netop velgørenhed, for eksempel velgørenhedsfester hvor en virksomhed eksempelvis donerer en bil, og gæsterne kan byde på bilen: Overskuddet går ubeskåret til den velgørende organisation, der står for arrangementet. Det kan også være velgørenhedsløb (for eksempel Copenhagen You Run [2]) eller golfturneringer iværksat af Ronald McDonalds Børnefond m.fl.

Almindeligvis forbindes indsamlingsaktiviteter med frivillige, som ønsker at arbejde med velgørenhed 'nonprofit', men flere aktiviteter er også kommercialiseret. Det er 62 år siden, at der på dansk tv blev vist det første indsamlingsshow under titlen "Indsamling for millioner" til fordel for flygtningene efter nedkæmpelsen af opstanden i Ungarn i 1956. På daværende tidspunkt blev DR's reklameforbud suspenderet, således at virksomhedsejere kunne træde ind på scenen og give deres bidrag. På scenen optrådte kendte, der var koncerter og anden underholdning (Stubbe-Teglbjærg 2016 [3]). Sidenhen har der været afholdt en lang række indsamlingsshow på dansk TV. Siden 2007 har DR årligt afholdt "Danmarks Indsamlingen", og siden 2003 har TV2 i samarbejde med Kræftens Bekæmpelse og Nordisk Film lavet indsamlingsshowet "Knæk Cancer". Knæk Cancer indsamlingsshowet er en del af et koncept, hvor der siden 2002 i en uge årligt er særligt fokus på kræft i TV2-programmer såsom Go'morgen- og Go'aften Danmark, Vild med Dans og en række andre programmer. Det store indsamlingsshow i 2017 varede tre og en halv time og indeholdt en blanding af koncerter, konkurrencer, personlige historier og meget andet. Under showet er der mulighed for seerne at ringe ind til et callcenter, sms'e eller donere et beløb via MobilePay. Desuden kan man i de fleste dagligvarebutikker købe merchandise for eksempel armbånd for at støtte Knæk Cancer. Indsamlingen beløb sig samlet set til 149.207.278 i 2017 (Cancer.dk[4]).

Derfor er Knæk Cancer som show hverken enestående eller et nyere koncept, det interessante synes snarere forankret i, at Kræftens Bekæmpelse på den ene side er en privat organisation, der ikke alene har private, men også offentlige interesser. Dette skal forstås således, at Kræftens Bekæmpelse blandt andet understøtter de danske hospitalers funktioner herunder med lokale vejledningscentre, forskning på kræftområdet og gennem oplysningskampagner m.v. De modtager 4% i offentlig støtte og resten af deres indtægter stammer fra private- og virksomhedsdonationer herunder i forbindelse med Knæk Cancer-showet (Cancer.dk[5]).

Knæk Cancer er relativt udbredt: TV2 Marketing beretter selv, at konceptet har en kendskabsgrad på 95% (TV2.dk [6]). Desuden viser Nordcan, som er et nordisk analyseinstitut nedsat af Kræftens Bekæmpelse, i deres undersøgelse, at én ud af tre danskere rammes af kræft (Nordcan [7]), hvorfor mange danskere således er i berøring med sygdommen, enten

fordi de selv bliver syge, eller fordi de er pårørende til syge. Dette, og at Kræftens Bekæmpelse er en massiv interesseorganisation i sig selv, der kan have gjort medlemmerne opmærksomme på showet, kan muligvis forklare den store interesse. TV2's marketingsafdeling har desuden via en seeropgørelse fundet frem til, at der i 2017 i lange perioder under showet var over 800.000 seere (bilag 1).

Genren er tilsyneladende lig den, vi første gang så i 1956, men opsætningen bærer præg af et større setup, konkurrencer og kontinuerte meldinger om virksomhedsdonationer.

I nærværende speciale er vi interesserede i at undersøge, hvordan sygdommen bliver kommunikeret, og hvilke meningskonstruktioner om kræftpatienter der præsenteres. Desuden er vi interesserede i at undersøge, om der er elementer i Knæk Cancer, som kan anskues som ideologiske konstruktioner og hvilke normative principper, der er forankret i disse. Som overordnet ramme for specialets undersøgelsesfelt har vi formuleret følgende problemformulering:

Hvilken ideologisk funktion har Knæk Cancer-showet?

I følgende afsnit ønsker vi at uddybe problemfeltet, efterfølgende vil vi redegøre for metodevalg og argumentere herfor samt præsentere specialets opbygning.

INTRODUKTION TIL FELTET

Professor i komparativ økonomi, Ove Kaj Pedersen, udgav i 2011 bogen *Konkurrencestaten*, som blandt andet indeholder en materielhistorisk gennemgang samt en deskriptiv analyse af den samfundsøkonomiske udvikling særligt efter 2. verdenskrig. Pedersen forklarer, at der er sket en udvikling i, hvad han betegner som SØF, Den Samfundsøkonomiske Forestilling (Pedersen 2011:37). Denne forklarer han således: "Med SØF trænger en økonomisk måde at tænke samfund og individ på gradvist frem og tilsidesætter den politiske filosofiske eller moralske måde, som dominerede i tiden efter krigen" (Ibid:17). Med reference til den politiske filosofiske og moralske måde forstås, at velfærdsstatens opblomstring efter 2. Verdenskrig indebar en række principper herunder "at lægge vægt på moralsk dannelse, på demokrati som fællesskab og på frihed som muligheden for at deltage i de politiske processer" (Ibid:12), altså en politisk etos, der omhandlede det moralske, til nutidigt i højere grad at være orienteret mod spørgsmål om økonomi og konkurrence(evne).

Men der skete også et skift i SØF efterfølgende blandt andet reaktionen på 70'ernes økonomiske og fiskale krise, som Pedersen forklarer med, at: "[det blev] påstået, at de offentlige udgifter var ude af kontrol, at velfærdsstaten voksede uden styring, og at den var en byrde i stedet for en forudsætning for samfundsøkonomien" (Ibid:132). Der var med andre ord et udtalt politisk behov for øget (makro)økonomistyring. Pedersen forklarer yderligere, at der efter 80'erne skete en forskydning i SØF "fra makroøkonomisk omkostningstænkning til mikroøkonomisk strukturtænkning med fokus på teknologisk konkurrenceevne" (Ibid:141). Dette indebar blandt andet en IT-udvikling, og de muligheder, dette medførte, for eksempel genomsekventering m.v., skabte konkurrence. Derved blev denne udvikling et mobiliserende vilkår for at oprette og udvikle økonomien. Pedersen forklarer, at denne mikroøkonomiske strukturtænkning er blevet et fast princip i SØF, hvilket muligvis særligt kunne ses i den store reformbølge, der ramte i 80'erne, med fokus på LEAN, New Public Management, Performance Management etc.

Pedersen fastslår, at neoliberalismen i dag er den "dominerende form for økonomisk-politisk tænkning" (Pedersen 2011:26). Neoliberalismen bygger på henholdsvis den klassiske liberale teori, der omhandler, hvordan det efficiente marked selv er i stand til at søge mod ligevægt, hvis det skulle blive udsat for stød, hvorfor at statslige aktiviteter skal begrænses så meget som muligt (minimalstat). Samtidigt stammer neoliberalismen også fra den neoklassiske position, der handler om, at markedet ikke er fejlfrit, og derfor må staten medvirke til, at markedet "ikke undergraver sig selv" (Ibid:25), også kaldet den neoklassiske syntese.

Pedersen refererer til Boas og Gans-Morse, der definerer neoliberalismen ved tre forhold: "(1) liberalisering af priskontrol og af kapitalmarkeder samt fjernelse af handelsbarrierer; (2) statens tilbagetrækning fra økonomien gennem deregulering, privatisering og outsourcing og (3) anvendelse af pengepolitikken til at kontrollere pengeudbuddet, sikre mod høj inflation og styre statsunderskud" (Ibid)

Den økonomiske styring af offentlige institutioner har derfor også i høj grad ændret sig. I 2002 blev der eksempelvis under Fogh-regeringen indført en takseringsmodel for de offentlige sygehuse, hvilket indebar et krav om en årlig effektivisering på mindst 1,5 procent – og med en målsætning om på sigt at kunne effektivisere 2,1 procent årligt for at følge den (skønnede) produktivitet i den private sektor. Denne effektivisering skal forstås sådan, at såfremt det enkelte sygehus leverede en årlig produktivitet, der oversteg baseline, altså det fastsatte aktivitetskrav baseret på det sidste års resultat, da modtog det enkelte sygehus maksimalt statsligt tilskud fra den såkaldte aktivitetspulje (Finansministeriet 2002:62 [8]).

Dette kan, med Pedersens ord, være en af de aktiviteter, der har indskrevet sig i, hvad han betegner som “den uendelige reformbølge” (Pedersen 2011:206). Reformbølgen baserer sig på en (neoliberal) ambition om, at “Det er [...] den offentlige sektors opgave at sikre, at afstanden mellem de tilgængelige og de faktisk anvendte ressourcer i en økonomi er mindst mulig” (Ibid:208). Kort omformuleret: Det er statens opgave at udnytte ressourcerne så effektivt som muligt og altså derved opnå maksimalt udbytte af knappe ressourcer. Denne forestilling kan anskues i overensstemmelse med Pedersens forklaring af neoliberalisme: “Neoliberalisme er [...] en forestilling, der – ligesom andre politiske ideologier – går ud på at vinde indflydelse og sætte betingelser for udøvelse af magt, herunder økonomisk såvel som politisk magt” (Pedersen 2011:26).

Kravet om aktivitet er også blevet forankret i en række konkrete bestemmelser på det øvrige sundhedsområde med den ambition at strømline behandlingstilbud: Eksempelvis med de såkaldte pakkeforløb i alle regioner. På denne måde forsøges det at balancere borgerenes krav og forventninger om behandlingsgaranti med behovet for ressourceudnyttelse og øget effektivitet. Herunder blev der blandt regeringen og Danske Regioner i 2007 fastsat et såkaldt “Kræftpakkeforløb”, som tilbydes alle kræftpatienter, og som indebærer krav om blandt andet udrednings- og behandlingsgaranti indenfor en fastsat periode (Sundhedsstyrelsen 2006[9]; Finansministeriet 2006[10]).

Kravet om højere effektivitet og bedre ressourceudnyttelse i den offentlige sektor var – efter en lang årrække med voksende skattetryk – blevet muligt at gennemføre politisk gennem en bred opbakning til skattestop og udliciteringer. Især gennem 80’erne og 90’erne blev en lang række funktioner udliciteret. Herunder funktioner og opgaver tidligere var et statsligt anliggende, som skulle sikre de almene produktionsbetingelser og velfærd. Eksempelvis sås opkomsten og væksten af privathospitaler, private plejehjem, rengøringsfirmaer og firmaer indenfor ældreplejen, m.fl. På forskningsområdet blev samarbejdet mellem forskningsinstitutioner og private virksomheder intensiveret og styrket (Pedersen 2011:257). Dette skete i forskellige former lige fra tilskud til grundforskning til egentlig bestillingsarbejde fra private virksomheder. På denne måde blev det muligt at udnytte de knappe, og faldende, ressourcer, der var til rådighed i kraft af det lavere skatteprovenu til at sikre visse nødvendige infrastrukturopgaver (hospitaller, skoler, veje, transport, osv.) uden at skulle hæve skatteprocenterne.

Kræftens Bekæmpelse er et eksempel på en forening, der opererer både i det private og i det offentlige. Denne forening har haft sit virke siden 1928, og har med tiden udviklet sig til at være en stor organisation: De opgjorde i 2016 deres medlemstal til 417.324 personer (Cancer.dk [11]), og derfor er der altså tale om en stærk forening. Deres kræftrådgivning,

som drives på lokale centre, er delvist finansieret af regionerne, som afholdt deres indtægt på 8,6 mio. kroner i 2016 (Kræftens Bekæmpelse 2016[12]). Samtidig bevilligede Kræftens Bekæmpelse også midler til forskningsprojekter på de danske sygehuse og universiteter (Cancer.dk [13]).

Et andet eksempel på, hvordan de opererer i det offentlige, er, som de skriver om deres områdekantor i Nordjylland:

“Det er Områdekantorets opgave at vejlede og understøtte Kræftens Bekæmpelses lokalforeninger og frivillige. Områdekantoret følger og påvirker også den kræftpolitiske udvikling både kommunalt og regionalt.” (Cancer.dk [14]).

Kræftens Bekæmpelse kan derved ansues som et eksempel på, hvordan det private og det offentlige understøtter hinandens funktioner og påvirker hinanden gensidigt. Det interessante er i denne forbindelse, hvordan en forening – eller interesseorganisation – som Kræftens Bekæmpelse fungerer politisk, og på hvilken måde dette påvirker den politiske dagsorden.

Pedersen peger på, at der er sket en medialisering af politikken, som betyder en ændring i måden, hvorpå der træffes politiske beslutninger. Dette betegner Pedersen som “Den politiske dagsorden” og forklarer, at denne nu i sig selv er blevet en institution (Pedersen 2011:156). Han forklarer:

“Samlet kan udviklingen beskrives sådan: fra en situation, hvor det var de politiske partier, der gennem Folketingets dagsorden satte en politisk dagsorden, til en situation, hvor dagsordenen er genstand for politiske interessevaretagelse, og hvor deltagelse, temaer og relationer ikke længere kan tages for givet, men er blevet en del af kappestriden om at påvirke den politiske dagsorden.” (Ibid).

Jævnfør citatet fra Knæk Cancer er dette altså i overensstemmelse med Pedersens udlægning, da de aktivt søger at påvirke lokale og regionale politikker. Pedersens citat ovenover udtrykker dog ikke en eksplicit strategi om at påvirke politikken gennem medier, dette synes snarere som værende gennem lobbyarbejde, men i forbindelse med dette speciales case tolker vi, at medialisering er en vigtig faktor for Kræftens Bekæmpelse, og Knæk Cancer er et eksempel på dette.

I et konkurrenceperspektiv finder vi dette forhold særligt interessant at undersøge: på hvilke præmisser opererer Kræftens Bekæmpelse som aktør i ovennævnte kappestrid? Desuden ønsker vi at undersøge, på hvilken måde Kræftens Bekæmpelse vinder indpas ideologisk og med hvilke virkemidler.

TEORETISK OPBYGNING OG ARGUMENTATION

Dette afsnit har til formål at give en overordnet beskrivelse af den metode og de teorier, vi i nærværende speciale vil anvende. Afsnittet skal ikke forstås som et udtømmende teori-afsnit, men snarere betragtes som en indføring til de teoriretninger og metoder, vi vil anvende efterfølgende. Vi vil i det følgende meget kort forklare de metodiske greb, vi har anvendt, med afsæt i Brinkmanns tre tilgange: "Making the obvious obvious, making the hidden obvious, making the obvious dubious" (Brinkmann 2012:22). Vi vil under hvert af specialets dele udfolde det konkrete, teoretiske greb, som er anvendt i de gældende dele. Derfor kan dette afsnit også læses som en oversigt over specialets opbygning.

Som overordnet ramme for specialets undersøgelsestilgang har vi anvendt Svend Brinkmanns metodiske orienteringer, som han beskriver i "Qualitative Inquiry in Everyday Life" (2012). Denne tilgang vil fungere som ramme for vores undersøgelsesfelt til trods for, at casen ikke er et hverdagsfænomen, men snarere det modsatte: Et delvist forudoptaget og iscenesat show, som Nordisk Film blandt andre har været med til at konstruere. Alligevel finder vi metoderne anvendelige, da vi betragter showet som et hverdagsfænomen forstået på den måde, at denne aktivitet ikke er en usædvanlig begivenhed eller hændelse, det er snarere et underholdende familieprogram, der ligner mange øvrige, som derfor kan anskues som et hverdagsfænomen.

Indledende i specialet ønsker vi i det næstkommende afsnit at nuancere de antagelser om Kræftens Bekæmpelses funktion, som vi kortfattet har redegjort for i foregående afsnit. Vi ønsker at præsentere og undersøge, hvordan Kræftens Bekæmpelses funktion indskrives sig i samfundet. Først vil vi præsentere organisationen og dens økonomiske aktiviteter. Efterfølgende ønsker vi at præsentere en række konkrete og kritiske anklager rettet mod Kræftens Bekæmpelse, som vi er stødt på undervejs i vores undersøgelser. Derefter ønsker vi med afsæt i en kritisk diskussion om konkurrencestat og medialisering af politikken samt Mikkell Thorups teori om Filantrokapitalisme at undersøge de (normative) antagelser om samfundet, vi ser indlejret i Kræftens Bekæmpelses virke. Slutteligt vil vi diskutere de normative ideer, vores kritik udspringer af med afsæt i John Rawls og Robert Nozicks ideer om det retfærdige samfund.

I specialets første del vil vi gøre det åbenlyse åbenlyst ved at undersøge, hvad Knæk Cancer indebærer gennem en deskriptiv analyse. I denne forbindelse har vi lavet en forsimplet transskription af showet for at kigge de forskellige dele, showet består af. Det overordnede spørgsmål, vi stiller, er: Hvad sker der i showet? Hvad handler showet om? Hvilke tematikker viser sig? Efterfølgende ønsker vi kort at diskutere, hvorvidt showets indhold stemmer overens med Kræftens Bekæmpelses formålsbeskrivelse.

I specialets anden del ønsker vi jævnfør Brinkmanns undersøgelsestilgang at gøre det skjulte åbenlyst. Vi vil med afsæt i professor i idéhistorie Mikkel Thorups tænkning om filantrokapitalisme stille spørgsmålstegn ved, om Knæk Cancer kan være et udtryk for netop denne kreative kapitalisme, i og med at filantropi ofte nævnes i sammenhænge med private virksomheder, som benytter sig af social ansvarlighed for at tiltrække flere kunder. I forhold til Knæk Cancer ønsker vi at undersøge, om der nærmere er tale om det omvendte: en godgørende organisation, der gennem kreative kapitalistiske tiltag (gennem materielle goder) tiltrækker flere donationer.

Efterfølgende vil vi gennem sociologiske og filosofiske læsninger undersøge hvilke skjulte emner, der eksisterer i showet. Denne undersøgelse starter med afsæt i ph.d. i cellebiologi Barbara Ehrenreichs bog *Smile or Die* (2009), hvor vi ønsker at undersøge, om der er overensstemmelse mellem de diskursive referencer, hun præsenterer, og det vi præsenteres for i Knæk Cancer-showet. Efterfølgende ønsker vi sociologisk og kritisk at undersøge, hvorvidt henholdsvis Georg Ritzers teori om McDonaldization samt Alan Brymans teori om Disneyization kan anskues analoge med showet, som strukturerende principper. Opsamlende vil vi diskutere ovenstående i en bredere samfundsundersøgelse med afsæt i Guy Debords teori om *La Société du Spectacle*, med det formål at nuancere den sociologiske analyse.

Specialets tredje del tager afsæt i en ideologikritisk undersøgelse og forsøget på at “making the obvoius dobvious”, altså at gøre det åbenlyse tvivlsomt. Med afsæt i den franske filosof Jean Baudrillards idé om hyperrealitet ønsker vi at undersøge, hvordan Knæk Cancer-showet kan læses som en konstruktion, der underminerer subjektivitet til fordel for objekterne.

Efterfølgende vil vi med afsæt i den slovenske filosof Slavoj Žižeks tænkning udvide vores undersøgelsesfelt. Žižek har lavet en analogi mellem Marx’ analyse af vareformen og Freuds drømmearbejde, med hvilken vi i specialets sidste del vil tage udgangspunkt i. Først vil vi præsentere en forståelse af de processer, der ligger i byttehandlen, for at vise, hvordan donationer kan læses som en vare. Derefter ønsker vi at præsentere Freuds drømmearbejde,

som Žižek med reference til Jacques Lacan bruger til at beskrive og analysere ideologi. Vi anvender i denne forbindelse Lacans diskursformler, for at undersøge Knæk Cancer som symbolsk rum. Vi ønsker følgelig at undersøge hvordan diskurserne kan læses som et udtryk for nydelse.

Slutteligt ønsker vi at præsentere en fjerde undersøgelsesmetode som supplement til Brinkmanns orienteringer. Denne har vi kaldt *Making the impossible possible*, som er funderet i en undersøgelse af at undersøge, om det umulige er muligt med afsæt i Žižeks ideologikritiske og vilde analyser. Denne tager afsæt i at undersøge om Knæk Cancer-showet egentlig kan forstås som det omvendte af det, der viser sig i en umiddelbar gennemlæsning af showet.

Afslutningsvist vil vi diskutere de elementer, vi undervejs i specialet har undersøgt med henblik på at besvare – og nuancere – vores fremsatte problemformulering.

KRÆFTENS BEKÆMPELSE SOM SAMFUNDSFUNKTION

Som vist i det indledende afsnit er grænsen mellem det offentlige og private i stigende grad blevet flydende. Det betyder også, at der er sket en ændring i forhold til visse foreninger og deres indflydelse i det offentlige som for eksempel Kræftens Bekæmpelse. I dag er Kræftens Bekæmpelse en større organisation fordelt på 110 lokalafdelinger, som refererer til flere organer blandt andet hovedudvalg og regionsudvalg (se bilag 2). Foreningen modtager 4% af deres indtægt fra det offentlige, deres øvrige indtægtskilder er blandt andet fra private donationer, Tips-og Lotto-midler samt genbrugsbutikker (Kræftens Bekæmpelse [15]). Kræftens Bekæmpelses årsrapport fra 2016¹ viser desuden, at de har samlede aktiver for cirka 1,7 mia., hvoraf 1,3 mia. er investeret i værdipapirer som en art formuepleje.

Som det fremgår af figuren herunder, er Kræftens Bekæmpelses væsentligste aktiv i balancen beholdningen af værdipapirer, der med 1.336,1 mio. kr. udgør 75 % af de samlede aktiver på 1.791,4 mio. kr. Ejendomme udgør 13 % af de samlede aktiver, likvider 6 %, tilgodehavender 5 % og medlems- og lotterisystem under udvikling 1 %.

(Kræftens Bekæmpelse [16])

¹ Vi henviser til denne, da årsrapporten fra 2017 endnu ikke foreligger.

Kræftens Bekæmpelse skriver, at da der er forskydning årligt (med hvilket der menes, at resultatet af indtægt og udgifter årligt varierer), har de valgt at investere en relativ stor sum af deres aktiver i værdipapirer.

Kræftens Bekæmpelse oplevede i 2017 en mediestorm, da Finans.dk undersøgte PFA Kapitalforvaltnings² investeringer, som er et af de steder, hvor Kræftens Bekæmpelse har investeret en del af deres formue i en lang årrække (Finans 2016 [17]). Det fremgår af PFA's aktieoversigt, at de både har investeret store summer i spiritus- og tobaksindustrien (Se bilag 3). Det betyder på den måde, at Kræftens Bekæmpelse indirekte har støttet to af de industrier, som de selv i deres kampagner harcelerer mod. Det kan derfor indikere, at Kræftens Bekæmpelse internt er i strid – altså mellem at være drevet som en godgørende forening og at agere som profitmaksimerende virksomhed.

Hvis vi da samtidigt forholder os til den indledende beskrivelse af organisationens virke som både privat og offentlig aktør, da synes det efterhånden som en relativt sammensat organisation, der ikke så nemt lader sig beskrive. Som tidligere nævnt kan det måske anskues, at den klassiske, liberale parole om, at "pengene har det bedre i borgernes egne lommer", er videreført fra reformbølgen, der havde opblomstring i 80'erne, til i dag – forstået på den måde, at samfundets borgere i højere grad selv beslutter, hvordan de ønsker at forvalte deres formue. I forhold til demokratiske principper kan vi måske også spørge, om der sker en devaluering eller en forskydning, i vores nuværende liberale, repræsentative demokrati, da for eksempel Kræftens Bekæmpelse indgår i (en filantrokapitalistisk) kappestrid om at vinde opmærksomhed og indflydelse politisk. Endvidere, for kort at vende tilbage til sundhedssektorens ændrede økonomiske rammebetingelser, rejser det også spørgsmålet – eller måske rettere skjuler spørgsmålet – om hvorvidt Kræftens Bekæmpelse som privat organisation egentligt bør løfte den opgave, som de gør. Ovenstående ønsker vi at diskutere i det følgende afsnit.

FILANTROKAPITALISME

Professor i idéhistorie ved Aarhus Universitet Mikkil Thorup har beskrevet filantrokapitalismen i artiklen *Pro Bono*, der er at finde i antologien *Kapitalismens Ansigter* (2012). Thorup forklarer, at sammensmeltningen mellem velgørenhed og kapitalisme er en stigende tendens, hvilket han betegner som filantrokapitalisme. Han forklarer dette som:

² Efter en fusion i 2017 hedder de ikke længere PFA Kapitalforvaltning, men PFA Asset Management.

“[...]forestillingen om, at kapitalismen er eller kan gøres velgørende i og af sig selv; at de kapitalistiske mekanismer er alle andre (særligt statslige) overlegne i forhold til at skabe ikke kun økonomisk, men også menneskelig værdi; at markedet og markedsaktører derfor kan og skal være de primære skabere af det gode samfund; og at løsningen på verdens problemer er at markedsføre hidtil private eller statslige processer” (Thorup 2012:204).

Han forklarer yderligere, at dette medvirker til, at mennesket pacificeres, idet det nu anskuer kapitalismen som værende i overensstemmelse med “det gode” og derved vil en omvæltning være lig med at øge verdens problemer (Ibid). Det betyder, at filantrokapitalismen også er anti-revolutionær. Thorup forklarer, at filantrokapitalisme kan ses som et forsøg på at “lukke den kreative kapitalismes legitimeringsunderskud i en verden, hvor stadig flere får rigtig meget, men endnu flere får mindre” (Thorup 2012:205). Dette såkaldte legitimeringsunderskud kan underbygges af blandt andre den franske økonom Thomas Piketty, der i sit værk “Kapitalen i det 21. århundrede” (2016) viste, hvordan afkastgraden over tid har oversteget den økonomiske vækstrate, hvilket betyder, at store værdier akkumuleres og koncentreres på få hænder, mens den generelle ulighed stiger. Derved opstår legitimeringsunderskuddet, fordi uligheden sløres igennem den kreative kapitalisme. Den kreative kapitalisme er med andre ord en hæmsko for overhovedet at gøre oprør eller yde modstand, i det den baserer sig på en ideologisk-økonomisk forestilling om, at de frie markeds kræfter bedre end andet kan genoprette balance.

Thorup forklarer med reference til den slovenske filosof Slavoj Žižek, at filantrokapitalismen er en ny underform af den kreative kapitalisme, som altså er fuldt ud integreret i kapitalismens virkemåde. Thorup skriver yderligere, at forbrugsfilantropi er en stigende tendens, som vi kender fra, når vi for eksempel køber fairtrade produkter, donerer vores flaskepenge eller køber et produkt med lovning om, at for hver krone vi køber for, donerer virksomheden 10 øre til et godgørende formål. På den måde er der således (også) indlejret en moralsk dimension eller merværdi i vores forbrug, som betyder, at når vi køber disse produkter, “får man i en vis forstand mere end man umiddelbart betaler for” (Thorup 2012:205-206). Køberen opnår derved merværdien i form af en moralsk tilfredsstillelse, og det betyder samtidigt, at forbruget er dobbelt: “jo mere man forbruger, desto mere godt gør man” (Ibid), da handlen indebærer velgørenhed for en selv og (mere eller mindre) velgørenhed for den anden.

Yderligere viser Thorup, at virksomheder tidligere først og fremmest var interesserede i velgørenhed, efter at profitten var indtjent for blandt andet at kunne anvende dette som en

art reklame for virksomheden. I dag er filantrokapitalismen derimod i højere grad integreret i virksomhedernes strategi i en kreativ kapitalistisk virkemåde, hvilket er funderet i en antagelse om, at denne type strategi er særligt effektivt i forhold til "de filantropiske kunder" (Ibid:207). Også i forhold til velgørenhed viser Thorup det perspektiv, at "kapitalismen træder ind som det aktive instrument for velgørenheden" (Ibid:210), hvilket han eksemplificerer med berømtheder, som donerer enorme summer for åben skærm, eller Madonna der adopterer et barn, hun tager med hjem fra Malawi. Filantrokapitalismen har altså også en funktion for den respektive berømthed, der kan styrke sit image ved at beskæftige sig med velgørenhed – uanset hvor stort kendskab den enkelte berømthed ellers har til dette eller hint. Thorup betegner dette som celebrity-filantropi: "Der opstår et kredsløb af opmærksomhed, hvor berømthed veksles til velgørenhed, der igen kan veksles tilbage til yderligere berømthed" (Ibid). Dette skal forstås sådan, at der i celebrity-filantrokapitalismen således udveksles godgørende initiativer for yderligere eksponering, og derfor indskrives den sig perfekt som led i den kreative kapitalisme.

Thorup giver udtryk for, at filantrokapitalismen således offensivt forårsager en "devaluring af politik". Det kan forstås på den måde, at denne legitimeres gennem en antagelse om, at kapitalismen, bedre end noget andet, fungerer særdeles effektivt (Ibid:211). Den er derved et overlegent svar, ikke alene fordi den "kritiserer statslige initiativer, bureaukratiske ordninger og ordinær politik, men også fordi den tilbyder et tilsyneladende tvangsfrit og overlegent alternativ, nemlig markedet og filantropien" (Ibid). Dette kan anskues fra et filantrokapitalistisk perspektiv i relation til Pedersens idé om, at neoliberalismen er den herskende politisk-økonomiske idé som nævnt tidligere, som fordrer en statslig tilbagetrækning gennem blandt andet privatisering og outsourcing. Indlejret i denne kreative kapitalismeform er altså ideen om det private, i modsætning til det offentlige, som mere effektivt, billigt og bedre. Thorup peger også på, at statslige aktiviteter på den måde anskues som en del af problemet snarere end løsningen: Derfor betyder det således, at filantrokapitalismen kan anskues som værende direkte anti-politisk, fordi den således afskriver det politiske som en del af løsningen på givne problemstillinger, hvilket betyder, at den indskrives sig som en del af "den nationale konkurrencestat[...]" (Ibid:212).

Vi mener, at filantrokapitalismen allerede er integreret i forhold til foreningens virke måske særligt som en form for forbrugsfilantropi. Dette kommer til udtryk for eksempel i form af salg af tilbehør (fx pins og armbånd), der ofte står ved kassen i de fleste dagligvareforretninger, drift af genbrugsbutikker eller i deres årlige indsamlingsshow Knæk Cancer. I dette show er der hyppige opfordringer til at donere penge med den begrundelse, at seeren for

eksempel har mulighed for også at vinde en rejse eller en bil eller muligheden for at ringe ind og tale med en kendis. Gennem det meste af programmet er en virtuel bjælke meget fremtrædende, der – ud over anvisninger til donationer – viser virksomheder, der donerer samt beløbet på donationen, for eksempel "10.000,- Loop fitness Skagen, 25.000,-", "Henrik Franck A/S" og "50.000,- Bandidos". Desuden er der ofte en påmindelse om, hvilken konkurrence seeren samtidigt deltager i for eksempel: "Vind en eventyrrejse til Australien med Atlantis rejser". Denne form synes at være i overensstemmelse med, hvad Thorup (og Žižek) definerer som filantropisk ideologi, hvor det således er en kapitalistisk virkemåde, foreningen virker igennem og som derved indirekte legitimerer kapitalisme.

Men samtidigt agerer organisationen også i diametral modsætning til denne teori, da Kræftens Bekæmpelse selv er en velgørende forening og ikke en profitmaksimerende virksomhed, der ifølge Thorup har integreret filantrokapitalismen eller et velgørende aspekt som en merværdi for køberen. Tværtimod er Kræftens Bekæmpelse en velgørende forening, der snarere har integreret en materiel merværdi. Dette skal forstås på den måde, at når den enkelte støtter foreningen for eksempel ved at købe en pin, eller donationen anskues som et lod, der giver muligheden for at vinde en bil eller en rejse. Derved er det altså ikke en moralsk merværdi, der er tale om, men snarere en materiel, hvorfor vi måske kan "omvende" Thorups idé, da det ikke alene er virksomheder, der søger at integrere filantrokapitalismen, men også organisationer herunder Kræftens Bekæmpelse som velgørende forening. De synes blot at gøre det omvendte: Merværdien er ikke forankret i velgørenheden, men nærmere en fysisk vare.

I det følgende ønsker vi at skitsere en række problemstillinger, der knytter sig til Kræftens Bekæmpelse som interesseorganisation og virksomhed. Desuden ønsker vi at redegøre for de bagvedliggende, normative antagelser om samfundets funktion, vi ligger til grund for en uddybende kritik. For er der egentlig behov for at forholde sig kritisk til denne øgede filantrokapitalistiske tendens, særligt med tanke på den diffuse sammenblanding af foreningen som privat og offentlig aktør? Og hvorfor overhovedet anfægte denne nye type (privatiserede)økonomi, såfremt at det alt andet lige bidrager til godgørende formål?

NORMATIVE PRINCIPPER BAG ET RETFÆRDIGT SAMFUND

Den amerikanske filosof John Rawls udgav i 1971 sit hovedværk *A Theory of Justice*, hvor han beskæftigede sig med en teori, som kan ses som et opgør med utilitarisme. Utilitarismen handler kort forklaret om, at et samfund bør indrettes således, at den samlede sum af velfærd bliver højest mulig (Mill 1863).

Rawls opponerer mod utilitarismen, da han skriver, at den ikke tager hensyn til den dårligst stillede gruppe i samfundet, med hvilket han mener, at hvis der ifølge utilitarismen alene tilsigtes at fremme den samlede velfærd, kan det medføre urimelighed, da dette kan stille den dårligst gruppe dårligere (Rawls 1971:7). Op imod utilitarismen, som han ikke mener, tager menneskets forskelle alvorligt, udvikler han sin teori om retfærdighed som fairness, om hvilken han skriver: "Hence in justice as fairness one does not take men's propensities and inclinations as given, whatever they are, and then seek the best way to fulfill them" (Rawls 1971:27). Det betyder, at han indirekte anklager utilitaristerne for ikke at tage forskellene mellem mennesker alvorligt, og endvidere er dette, hvad han gennem sin retfærdighedsteori søger. Grundlæggende for Rawls er, at han mener, at mennesket fødes ind i nogle omstændigheder, det ikke selv har haft indflydelse på – som i et slags lotterisystem:

"For one thing, even if it works to perfection in eliminating the influence of social contingencies, it still permits the distribution of wealth and income to be determined by the natural distribution of abilities and talents. Within the limits allowed by the background arrangements, distributive shares are decided by the outcome of the natural lottery; and this outcome is arbitrary from a moral perspective" (Ibid:64).

Det betyder, at mennesket fra dets fødsel har ulige vilkår baseret på race, køn, socialklasse m.v., og netop dette er en afgørende pointe i Rawls' retfærdighedsteori. Han mener, at der bør omfordeles ressourcer til de dårligst stillede i samfundet for at stille dem bedst muligt (Ibid:303), altså er teorien forankret i et konkret hensyntagen til de dårligst stillede. Dette adskiller sig derved markant fra utilitarismen. Rawls skabte et tankeeksperiment om "the original position" også betegnet Uvidenhedens Slør (Rawls 1971:118;222), som kort forklaret handler om, at en gruppe skal udvælge principper for, hvordan samfundet skal indrettes. Disse personer står bag et uvidenhedens slør, som betyder, at:

"[...] each person finds himself placed at birth in some particular position in some particular society, and the nature of this position materially affects his life prospects. Yet a society satisfying the principles of justice as fairness comes as close as a society can to being a voluntary scheme, for it meets the principles which free and equal persons would assent to under circumstances that are fair. In this sense its members are autonomous and the obligations they recognize self-imposed." (Ibid:12)

Personerne ved derfor ikke, hvordan deres kommende samfundsposition ser ud, og netop derfor skaber de principperne ud fra fairness, altså hvordan det bedst mulige samfund kunne tage sig ud, uanset om de selv er rige eller fattige, født som kvinde eller mand etc. Rawls

indskriver sig ikke i en socialistisk eller klassisk liberal tradition, men snarere advokerer han for, at omfordelingen er retfærdig:

“All social values — liberty and opportunity, income and wealth, and the social bases of self-respect — are to be distributed equally unless an unequal distribution of any, or all, of these values is to everyone’s advantage” (Ibid:54).

Derfor supplerer Rawls negative frihedsprincipper (ytringsfrihed, frihed fra vold, politisk frihed m.v.) med hensyntagen til positiv frihed, såfremt at dette ikke stiller andre dårligere. Rawls beskriver tre retfærdighedsprincipper:

Det første princip kan betegnes som et frihedsprincip, der implicerer, at enhver har ret til den højeste grad af frihed, hvis det ikke er konflikterende med alle andres grad af samme frihed. Det andet princip handler om, at der skal ske en social og økonomisk omfordeling baseret på uligheder, således at det både medfører a) størst mulig fordel for alle og b) er forankret i, at alle kan opnå stillinger, da positionerne er åbne for alle (Ibid:53).

I forhold det danske sundhedssystem, kan man måske særligt se det positive frihedsprincip overensstemmende hermed, idet sundhedsloven (§2) foreskriver at alle skal have: “let og lige adgang til sundhedsvæsenet” (Sundhedsloven [18]). Det betyder, at der kompenseres for uligheder i det naturlige og sociale lotteri, og sundhedsloven sikrer, at folk ikke stilles dårligere, fordi de for eksempel ikke selv kan betale for behandling. Det samme gør sig gældende i relation til Kræftens Bekæmpelse, hvor alle uanset baggrund kan få vejledning, terapi, samtaler for pårørende og så videre. Samtidigt betyder det derved også, at medlemmerne af foreningen eller faste donorer ikke har forrang til de ydelser, foreningen tilbyder.

I et samfundsmæssigt og strukturelt perspektiv synes foreningen, som tidligere forklaret, derimod at være sværere at kategorisere. Professor Anne Skorkjær Binderkrantz fra Institut for Statskundskab på Aarhus Universitet udgav i 2014 sammen med en række andre forskere de foreløbige resultater fra projektet “INTERARENA – Interesseorganisationer i politiske arenaer”, hvor de konkluderede, at Kræftens Bekæmpelse er den mest eksponerede patientorganisation i både dagspressen og politisk (Interarena [19]). Efter projektets afslutning skriver de konkluderende i deres bog af samme navn, at der ikke eksisterer noget register over lobbyisters virke i forhold til i hvor høj grad, de øver politisk indflydelse (Ibid:223), hvilket gør det meget kompliceret at finde ud af, i hvor høj grad en organisation som Kræftens Bekæmpelse egentlig intervenserer politisk. Interarena konkluderer på denne baggrund, at det er relevant at overveje, hvordan dette kan influere på demokratiet, da det

ikke er alle organisationer, der har lige adgang til for eksempel eksponering i medierne eller i den politiske arena.

I forhold til dette peger øvrige patient-interesseorganisationer på, at Kræftens Bekæmpelses store indflydelse kan medføre, at andre patientgrupper bliver presset ud af sundhedsvæsenet eller i det hele taget nedprioriteres qua det store fokus på kræftpatienter (se blandt andet: Søndergaard & Funch 2016[20]; Toft 2015[21]).

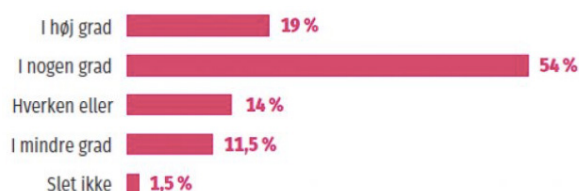
Dette har blandt andre professor i samfundsøkonomi ved KORA Jakob Kjellberg og professor i samfundsøkonomi Kjeld Møller Pedersen påpeget i en artikel på Altinget.dk tilbage i 2014, hvor Pedersen citeres for at sige "Det er som om, at de andre patientgrupper drukner i den store fokus på kræft og den frygt, de fleste har for kræft. Men jeg kan godt frygte, at andre grupper måske havde endnu mere brug for penge til bedre behandling" (Toft 2014[21]).

I forhold til Rawls idé om den mest retfærdige fordeling synes det altså derfor problematisk, at Kræftens Bekæmpelse på den måde både er med til at "sætte den politiske dagsorden" og gennem denne påvirkning mere eller mindre direkte er medvirkende til at skubbe andre sygdomsgrupper ud: For eksempel kræftpakkeforløb prioriteres frem for andre (og mindre) sygdomsgrupper.

Hvis vi overfører uvidenhedens slør som tankeeksperiment på kræftpakkeforløb, som altså indirekte er medvirkende til, at ventelisten for øvrige sygdomsgrupper bliver længere, eller at der forskes mere massivt i forhold til kræft, synes dette ifølge Rawls teori som urimeligt, da de mindre sygdomsgrupper således ikke får maksimeret deres velfærd. I forbindelse med, at Kristeligt Dagblad i 2017 lavede en spørgeskemaundersøgelse blandt 410 læger, adspurgte de:

Trumfer kræft andre sygdomme?

► I hvilken grad vurderer du, at satsningen på blandt andet kræftpakker har ført til en u hensigtsmæssig underprioritering af andre specialer/sygdomsområder?



(Funch 2017 [23])

Denne rundspørge tyder således på, at de principper, som Rawls – og Sundhedsloven – har fremsat, negligeres via det store fokus, der er på kræft navnlig i forbindelse med Kræftens Bekæmpelse. Hvorfor der eksisterer dette store fokus på kræft, kan muligvis anskues i relation til Pedersens tænkning om den medialiserede politik. Kræftens Bekæmpelses mediepolitiske ageren tyder som sagt på, at de netop indgår i kappestriden om den politiske dagsorden lig virksomheder. Som vi beskrev indledende, forklarer Løkkegaard og Pedersen (2012), hvordan virksomhedernes omdømme og image i høj grad er afhængig af, hvor dygtige de er til eksternt at formidle deres samfundsansvarlige aktiviteter, hvilket de beskriver som et konkurrenceparameter, som kan ses i forbindelse med Kræftens Bekæmpelse.

Et eksempel: Da stormagasinet Magasin i marts 2018 besluttede, at de ikke længere ville sælge cigaretter, udtalte projektchefen for tobaksforebyggelse hos Kræftens Bekæmpelse, Niels Them Kjær, til DR: "I virkeligheden så synes vi, at tobak er et så farligt produkt, at det ikke hører til i en dagligvarebutik" (Dr.dk 2018 [24]). Samtidigt er det måske påfaldende, at når nyheden om, at der i Grindsted Å udledes det kræftfremkaldende stof vinylklorid, så maner Kræftens Bekæmpelse "til ro" (Dr.dk 2018 [25]), eller som Føljeton skriver efter DR's nyhed:

"I 64 ud af 219 grundvandsprøver har Miljøstyrelsen fundet stoffet desephenyl-chloridazon, som er et nedbrydningsprodukt i ukrudtsmidlet Chloridazon, der blev forbudt i 1996. I 17% af prøverne var der tale om fund over den fastsatte grænseværdi. Der er også gjort fund over grænseværdien for to andre stoffer – 1,2,4-triazol og methyl-desephenyl-chloridazon" (Føljeton 2018[26]). Det, der er bekymrende, er naturligvis den overstegne grænseværdi, men ligeledes er det problematisk i forhold til den såkaldte cocktaileffekt, som professor i Miljømedicin, Philippe Grandjean, fortæller til DR:

"Det er jo nemlig det. Fordi den der grænse, Miljøstyrelsen har sat, det er på desephenyl-chloridazon *alene*, og når der er andre stoffer også, så ved vi, at der er en stor risiko for, at den samlede effekt bliver langt værre. Jeg vil sige, at det her her jo bare et øjebliksbillede. Vi ved ikke, hvor meget der kommer i de kommende år. Én ting er at forbrugerne har drukket det her i et antal år, vi ikke engang kender [...]" (Ibid).

I ovenstående sager har vi ikke fundet noget, der tyder på, at Kræftens Bekæmpelse er involveret i forskning eller udtaler sig om netop disse sager. Derfor kunne det tyde på, at Kræftens Bekæmpelse altså agerer i det medialiserede-politiske landskab, når der ikke er direkte konfliktende interesser: for såfremt at Kræftens Bekæmpelse udtalte sig på samme vis om

ovenstående sag om udledning i vandløb m.v., da ville de formentlig (politisk) gå imod øvrige organisationer for eksempel Landbrug- og Fødevarer. Derfor kan det muligvis indikere, at Kræftens Bekæmpelse ikke agerer uvildigt.

Kræftens Bekæmpelse står heller ikke helt uden kritik i forhold til deres forvaltning af midler, som da de for eksempel i 2008 under krisen mistede 62 mio. kroner på grund af "sammensat et fald i obligationsbeholdningen på 8,9 mio. kr. til 420,7 mio. kr. samt et fald i aktiebeholdningen på 81,7 mio. kr. til 120 mio. kr" (Kræftens Bekæmpelse 2008 [27]), hvilket blev opgjort til at svare til, hvad der samles ind ved to landsindsamlinger (Harder 2008[28]). Derfor er det interessant, at Kræftens Bekæmpelse som tidligere nævnt fortsat vælger at investere så massive summer i aktier og obligationer.

Samtidigt skriver de på deres hjemmeside: "I de seneste fem år har danskerne støttet Knæk Cancer med mere end 712 millioner kroner, som er sat i arbejde i 215 projekter." (Kræftens Bekæmpelse & Tv2 [29]). Det kan forstås sådan, at det samlede beløb, der er samlet ind i Knæk Cancer, aktivt er anvendt i de 215 projekter, men dette synes ikke at være tilfældet, da størstedelen af organisationens samlede formue som sagt er investeret. Showets samlede indtægter og omkostninger i 2016 samt 2017 fordeles sig således:

Indsamlings- og lotteriregnskab "Knæk Cancer" for 2017

	2017 kr.	2016 kr.
SMS- og telefonlotteri	74.130.686	76.306.165
Donationer mv.	72.764.099	80.286.074
Knæk Cancer-lotteriet	9.827.039	11.650.171
Indtægter i alt	156.721.824	168.242.410
Produktion	(14.189.657)	(13.990.771)
Indsamlingsaktiviteter	(2.467.154)	(2.513.931)
Eksterne konsulenter mv.	(2.338.164)	(2.067.337)
Gevinstaftgift	(427.613)	(463.093)
Omkostninger i alt	(19.422.588)	(19.035.132)
Samlet resultat	137.299.236	149.207.278

(Kræftens Bekæmpelse & Tv2 [30])

Det betyder således, at der alene i forbindelse med Knæk Cancer-showets aktiviteter både i 2016 og 2017 var en samlet omkostningsbyrde på over 38 mio. kroner og flere til, da TV2 selv afholder nogle af udgifterne (Holt 2016 [31]). I denne artikel, der handler om det relativt høje udgiftsniveau, står der, at: "Kræftens Bekæmpelse forsvarer, at det gør en større forskel for forskningen, forebyggelse og patientstøtte inden for området, end hvis der ikke havde været en indsamling overhovedet" (Ibid).

Ovenstående er et forsøg på at nuancere Kræftens Bekæmpelses virke. Såfremt at denne interesseorganisation ikke var privatejet, men i stedet for eksempel offentligt finansieret, skulle de formentlig ikke forholde sig til at indgå i en politisk kappestrid. Vi antager, at grundet interesseorganisationens omfang er det nødvendigt, at de ikke alene samler midler ind til aktiviteter, der er forbundet med forskning, oplysning, at drive lokalcentre med videre, men også at opretholde egen organisation (administrationsomkostninger m.v.). Spørgsmålet er derfor: Bør det være et statsligt anliggende at drive Kræftens Bekæmpelse? Med andre ord, spørger vi, kan opgaverne, som organisationen varetager, ses som et primære gode?

I og med at der opstår ulighed, når folk bliver syge af kræft, kan vi antage, at vi bag uvidenhedens slør ville have et ønske om at bevare Kræftens Bekæmpelses funktioner. Rawls forholder sig ikke eksplicit til, hvordan man bedst fremmer et retfærdigt samfund, om det er i en socialistisk stat eller i et system, hvor den private ejendomsret til produktionsmidlerne eksisterer (se fx Rawls 1971:273-274), men såfremt at Kræftens Bekæmpelse som vist ovenfor indirekte kan være medvirkende til, at øvrige sygdomsgrupper skubbes ud grundet politisk påvirkning, ville han formentlig mene, at det var mere hensigtsmæssigt, at opgaverne blev varetaget i offentligt regi. Dette ville nødvendigvis medføre, at der i højere grad blev omfordelt på grund af moralske overvejelser om, hvordan også de svage grupper kunne stilles bedre. Altså ville det være med afsæt i spørgsmålet om at udligne forskellene mellem den store sygdomsgruppe, kræftpatienter udgør, og de mindre sygdomsgrupper.

MINIMALSTAT

En af Rawls kritikere er Robert Nozick, som i 1974 udgav *Anarchy, State, and Utopia*, der forholder sig kritisk til Rawls tænkning. Han opponerer mod omfordeling, da han mener, at "[...] taking the earnings of n hours labour is like taking n hours from the person; it is like forcing the person to work n hours for another's purpose" (Nozick 1974:169). Derved kan Nozicks kritik af Rawls læses sådan, at omfordeling (til den dårligst stillede gruppe) er uretfærdig, da den frihedsberøver de bedre stillede ved gennem skatten at tvinge ham til at arbejde for andres formål. Endvidere formulerer han kritikken således: "some will complain, echoing Rawls against utilitarianism, that this "does not take seriously the distinction between persons"; and they will wonder whether any reconstruction of Kant that treats people's abilities and talents as resources for others can be adequate" (Ibid:228). Nozick kritiserer Rawls' teori for at behandle mennesket som midler og ikke som mål i sig selv med reference til Immanuel Kants doktrin. Nozicks idé er i modsætning til Rawls derimod præget af en forståelse af, hvordan minimalstaten skal fungere: Den skal beskytte menneskets ejendomsret og ejendomsret til egen krop ved at have basale funktioner herunder politi, militær og

retssystemet (Ibid:12-14;65), altså har Nozick en negativ frihedsforståelse. Såfremt at mennesket ønsker sig øvrige goder, da må det sikre sig gennem egenbetaling (fx Ibid:111-113). Med dette forstås således, at for eksempel fattige og syge selv er ansvarlige for at ændre deres situation.

Samtidigt skriver han i afsnittet *Beyond the Minimal State* med reference til John Locke, at "The crucial point is whether appropriation of an unowned object worsens the situation of others" (Ibid:175). Med dette menes, at det afgørende ved, at en person tilegner sig et hidtil uejet gode, er, at han ikke stiller andre dårligere. Dette er naturligvis med henblik på privat ejendomsret, men synes relativt svært at forene med ideen om ikke at stille andre dårligere, selvom han skriver, at der afhænger af, om der er ressourcer nok til alle. Men vil dét at overtage et hidtil uejet gode ikke frihedsberøve andre for netop selv samme?

Er det ikke sig selv et argument mod privat ejendomsret? Ikke ifølge Nozick, som endvidere skriver, at:

"[den private ejendomsret] increases the social product by putting means of production in the hands of those who can use them most efficiently (profitably); experimentation is encouraged [...] [og desuden] enables people to decide on the pattern and types of risks they wish to bear, leading to specializes types of risk bearing [...]" (Nozick 1974:177).

Derfor kan det anskues således, at Kræftens Bekæmpelse som privatejet institution måske har mere vide rammer, end for eksempel det offentlige har. De skal ikke politisk leve op til for eksempel en fastsat aktivitetsniveau som det offentlige sundhedssystem, som vi viste med Pedersen. Omvendt indgår de som tidligere forklaret i en politisk kappestrid, som nødvendigvis må betyde, at de er engageret ikke alene politisk, men også i strid med andre interessenter. Samtidigt er Kræftens Bekæmpelse åbent for alle, der bliver henvist: Det betyder, at alle kan få terapi, oplysning etc. i deres lokale centre. Desuden bidrager Kræftens Bekæmpelse med forskningsmidler i mange forskellige sammenhænge såvel offentligt som privat og til forskelligartede projekter. I forhold til Nozicks tænkning kan denne konstruktion formentligt billiges, da donationerne afhænger af private, der frivilligt ønsker at bidrage.

PRIMÆRE GODER

Opsamlende kan vi skitsere henholdsvis Rawls og Nozicks tænkning i forhold til Kræftens Bekæmpelse. I forhold til Nozicks tradition kan det skitseres, at det først og fremmest er uhensigtsmæssigt, at de overhovedet modtager penge fra det offentlige, da dette pålægger

mennesket tvangsarbejde. Desuden ville man inden for denne tradition også mene, at de offentlige penge i stedet burde findes hos medlemmerne. Yderligere vil det ikke være kritisabelt, at Kræftens Bekæmpelse blander sig i det offentlige og har politisk indflydelse, såfremt de blot øger den samlede velfærd. Overvejende synes organisationen dog i sig selv som en god løsning, som en privat forsikring, forstået på den måde at kræftpatienter kan få vejledning m.v. Desuden står Kræftens Bekæmpelse ikke for kræftbehandling, det er en offentlig opgave, hvilket kan synes uhensigtsmæssigt, da statens eneste opgave som sagt er at sikre den private ejendomsret og retten til egen krop. Derfor kunne et forslag lyde, at lade Kræftens Bekæmpelse overtage alt, der vedrører kræftforskning, behandling, vejledning med videre. Endnu mere radikalt kan det foreslås at nedlægge Kræftens Bekæmpelse i dets nuværende omfang, da organiseringen er blevet så omfangsrig, at mange af medlemmernes penge ikke nødvendigvis har direkte indflydelse på dem selv, og at den bagvedliggende økonomiske struktur kan være relativt svær at gennemskue. Hvis folk for eksempel donerer penge med den idé om, at pengene går direkte til for eksempel forskningsaktiviteter, men at en del af den summen i stedet anvendes til afvikling af show, administrationsomkostninger og risikable investeringer, hvilket kan kritiseres ud fra Nozicks teori.

Hvis der desuden forskes massivt i de mest udbredte kræftsygdomme og i mindre grad de sjældne former for kræft, er det urimeligt, hvis en kræftpatient med den sjældne kræftsygdom har doneret penge til Kræftens Bekæmpelse i en lang periode og derved været midlet til andres mål uden selv at kunne hjælpes. Dette kræver nødvendigvis, at donationen er frivillig, og at doneren føler sig snydt med et løfte om, at der forskes i alle former for kræft.

I Rawls' tradition synes organisationen og dennes virke kritisabel. I og med at så mange mennesker i dag rammes af kræft, som nødvendigvis stiller dem meget dårligt, synes det som om, at denne opgave bør løftes af staten alene, som tidligere forklaret. Uligheden mellem mennesker kan dog siges allerede at blive taget alvorligt både i relation til sundhedsvæsenet og Kræftens Bekæmpelse, forstået på den måde at der ikke differentieres mellem mennesker i forhold til kræftbehandling eller vejledning osv. Alligevel er det kritisabelt, at sygdommen kræft har forrang i forhold til forskning, udredning og forløb, og netop fordi dette stiller andre dårligere, må dette ændres.

Med afsæt i Thorups tænkning om den "omvendte" filantrokapitalistiske virkemåde og i forhold til demokratiske principper kan vi måske også spørge, om der sker en devaluering eller en forskydning af velfærdsstaten, da Kræftens Bekæmpelse indgår i (en filantrokapitalistisk) kappestrid om at vinde opmærksomhed og indflydelse politisk. I forhold til demokrati-

et synes dette problematisk, da de har stor indflydelse gennem lobbyaktiviteter og ikke gennem direkte demokrati, som hvis opgaverne blev varetaget offentligt. I en artikel fra 2017 udtaler tidligere spindokter og lobbyist Peter Goll:

“Om det så er sundhedsaftaler på Christiansborg eller økonomiforhandlinger mellem regeringen og regionerne, så er der altid kræft på agendaen. Det er måske ikke altid, men ofte Kræftens Bekæmpelses fortjeneste,” [...] Samtidig har organisationen en serie af kræftforskere ansat, som kan lægge arm med embedsværket.

“På nogle områder har de garanteret mere specifik viden om et emne end selv meget specialiserede embedsfolk. Det vil sige, at de er helt afgørende for beslutningsprocessen, og det er en drømmesituation at være i som lobbyist,” (Løppenthin 2017 [32]).

Det betyder derfor, at Kræftens Bekæmpelse vinder indflydelse gennem det politiske system til egen (private) fordel, og derfor kan man måske tale om en forskydning af den demokratiske proces. Såfremt at Kræftens Bekæmpelse defineres som et primært gode, vil det ifølge Rawls’ teori være et spørgsmål om en fælles beslutning, baseret på fairness og derfor ikke afhænge af et politisk magtspil eller private donationer for den sags skyld. Ud fra Nozicks tænkning kan det formuleres sådan, at så længe der blot er åbenhed om lobbyaktiviteter, og at donorer og medlemmer altså ved, hvordan deres penge bliver forvaltet, er det ikke et problem.

Såfremt at vi fastholder ideen om Kræftens Bekæmpelse som et primærgode, kan vi i forhold til Rawls’ tænkning særligt definere nedenstående tendens som særlig uhensigtsmæssig. Det synes som om, at der sker en bevægelse i medlemmernes måde at støtte foreningen på fra at være medlemmer til snarere at være “impulsive” i deres støtte (med hvilket, vi forstår, gælder for eksempel dør-til-dør indsamling, løbearrangementer eller Knæk Cancer). Kræftens Bekæmpelse skriver i deres i deres årsrapport fra 2016:

Medlemstallet faldt med 8.379 til 417.324 ultimo 2016, hvilket var over målet på 410.000 medlemmer. Faldet på 8.379 medlemmer blev delvist opvejet af 5.623 faste private støtter, der ikke er medlemmer, ved udgangen af 2016. Det faldende medlemstal skal ses i lyset af, at interessen for impulsive støtteformer vinder frem i disse år.

(Kræftens Bekæmpelse Årsrapport 2016:67 [33])

Med dette mener vi, at da Kræftens Bekæmpelse besidder en så vigtig funktion i samfundet – som et primærgode – er det essentielt, at de formår at fastholde støtter: Eller alternativt blive integreret som en offentlig institution.

Sammenholdt med specialets indledende afsnit kan der optegnes en kompleks organisation, der agerer i forskellige politiske arenaer offentligt, samtidig med at den er forankret privat. En af deres “impulsive støtteformer” anskuer vi som nævnt at være Knæk Cancer-showet, som vi ønsker at undersøge i det følgende.

MAKING
THE OBVIOUS
OBVIOUS

KNÆK CANCER

Vi ønsker i det følgende først at undersøge Knæk Cancer-showet ud fra dets egen præmis. Vi vil undersøge, hvad der sker i showet, hvilke tematikker der går igen, og hvordan programtiden fordeles. Slutteligt ønsker vi at diskutere, hvorvidt showet stemmer overens med foreningens formålsparagraffer.

Brinkmann skriver i "Qualitative Inquiry in Everyday Life" (2012) om det at gøre det åbenlyse åbenlyst: "We should not, first and foremost, explain what happens (as a quantitative research traditions), but rather understand how people conduct their lives, i.e., understand what they do" (Brinkmann 2012:20). Brinkmann lader altså her forstå, at den kvantitative metode er afskrevet i denne tilgang, men nærmere en interesse for at forstå handlinger – eller hvordan mennesker indretter sig. Denne tilgang ønsker vi at kombinere med den kvantitative, hvilket vi vender tilbage til.

Henrik Jøker Bjerre (2015) giver et glimrende eksempel på, hvordan en analyse af at gøre "det åbenlyse åbenlyst" kan tage sig ud, og fortæller, hvordan han som studerende og tilflytter til Århus lavede et bykort, der var baseret på emotionelle beskrivelser. Han forklarer: "[...] at stoppe op og se efter, at læse sine omgivelser, der altid er langt mere fyldt med betydning end vi lægger mærke til, når vi kun ser det, der er nødvendigt [...]" (Bjerre 2015:103).

Pointen er altså den, at undersøgeren blot lader fænomenerne træde frem og nærstuderer dem, som de er, for den måde at sætte det helt åbenlyse under lup ved egentligt blot at beskrive det, som fremtræder. Brinkmann eksemplificerer denne tilgang med, hvad der måske kan betegnes kritisk tilgang gennem Iris Marion Youngs undersøgelse af sætningen "Throwing like a girl". Brinkmann refererer til Youngs analyse og fortæller, hvordan hun under sin undersøgelse opdagede, at piger ikke bruger kroppen på samme måde som drengene på samme alder: Men at det ikke har en fysiologisk forklaring. Young viser jævnfør Brinkmann snarere, at det er kulturelt betinget, at pigerne i hendes studie ikke lægger alle deres kræfter i, når de kaster (Brinkmann 2012:24-26). På den måde åbner denne undersøgelse af den umiddelbart simple sætning for en helt ny synsmåde; det kulturkritiske.

I vores undersøgelse af Knæk Cancer er der dog ikke tale om en hverdagsoplevelse som tidligere nævnt, men derimod snarere en konstruktion. Vi opfatter til gengæld showet i sig selv som en del af den almindelige underholdningsflade, der præger TV2. Showet er i høj grad iscenesat, hvorfor vi i denne første analyse ønsker at undersøge de meningskonstruktioner, der kommer til udtryk i showet, altså at undersøge det åbenlyse. Dette har vi gjort med en overordnet transskription, med modificeret afsæt i Mie Femø & Søren Beck Nielsens tilgang

til det at transskribere. Det er således ikke en egentlig transskription, som de advokerer for i deres bog *Samtaleanalyse* (2005), hvor de på meget detaljeret niveau undersøger intonationer, stemningsleje, ophold etc. i ytringer. Denne metode er kun anvendt i senere sammenhænge, hvor vi anvender direkte citater. Snarere har vi med denne metode forsøgt at skabe en mere overordnet beskrivelse af hvilke hændelser, der er undervejs i showet. Dette har vi valgt ud fra, at vi først og fremmest mener, at mange ytringer er konstrueret på forhånd: velkomster og tiltaler, reklamekampagner og ytringer om for eksempel klassifikationer på en af de biler, seerne kan vinde under showet etc.

Vi har i stedet valgt at inddele vores undersøgelse i fire afsnit fordelt således:

1. Klipnummer, 2. Tidsperiode, 3. Det visuelle indtryk samt 4. Det auditive:

37	18:19 - 19:55	Felix og Louise i call-centeret (mange kendte ansigter sidder ved telefonerne) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet) (Institutioner vises på baggrundsskærm)	Louise opfordrer til at ringe ind. Præsenterer hvad pengene blandt andet skal bruges til. Præsenterer præmien, rejsen til Australien.
----	---------------	---	---

TEMATISERING

Dette fandt vi dog langt mere vanskeligt, end vi først havde antaget, da der er relativt mange frames og klip samt mange ganske forskelligartede aktiviteter i showet. Efter at have transskriberet selve showet havde vi en fornemmelse af ikke at have overblik over de forskellige emner, der indgik i showet. Derfor valgte vi at udbygge vores analyse endnu engang gennem en mere fortolkende tilgang, hvor vi forsøgte at tematisere frames ud fra overskrifter for at være i stand til at nærme os sagen endnu mere – og skabe en mere overordnet forståelse af, hvad showet indeholder. Dette har vi gjort ved at gennemgå showet igen og kategorisere vores oversigt ud fra følgende tematikker:

“Om programmet Knæk Cancer”: (Symbol A)

Denne tematik angår fortællinger om, hvad showet handler om, hvad formålet er eller gentagelser af, hvad der indtil videre er sket.

“Showet ude af huset”: (Symbol B)

Nogle af værterne besøger indimellem fester og arrangementer live, som afholdes andre steder. Det kan for eksempel være en byfest, der holder Knæk Cancer-fester eller Linedan-

ce-arrangementer, hvor de samler penge ind.

“Interview med patienter/pårørende”: (Symbol C)

Denne tematik knytter sig til interviews, enten live i studiet eller på de forudoptagede indslag.

“Intervieweksperter”: (Symbol D)

Knytter sig til eksperter, der udtaler sig: fx forskere, læger eller lign.

“Konkurrence”: (Symbol E)

Dette knytter sig både til reklamefilm fra fx Atlantis Rejser, der handler om en rejse, de som donorer kan vinde. Det knytter sig også til, når værterne fortæller om specifikationer på de biler, seerne kan vinde m.v.

“Underholdning”: (Symbol F)

Der er hyppige indslag fra forudoptagede sketches, der er livekoncerter og comedy.

“Reklame for Knæk Cancer”: (Symbol G)

Dette knytter sig til virtuelle frames, der alene synes at have det formål at reklamere for showet.

“Introduktion til personer”: (Symbol H)

Inden et interview introduceres personerne ofte forinden af værterne på scenen.

“Stemningsbilleder”: (Symbol I)

Dette knytter sig til frames af for eksempel mennesker, der har frembragt Knæk Cancer-blomsten, stilbilleder med underlægningsmusik, montager etc.

“Personlige fortællinger”: (Symbol J)

Denne kategori indeholder, når der for eksempel vises frames af personer, og der er overlappende, frie fortællinger snarere end interviews.

“Interview med kendte”: (Symbol K)

Kendte, der interviewes om, for eksempel om de kender nogen, der har fået konstateret kræft, eller når de fortæller om deres kommende turneringer eller andet.

“Interview med dem der har doneret penge”: (Symbol L)

Denne kategori handler om for eksempel de Skype-opkald, der vises fra showet til de privatpersoner, der har doneret et beløb.

“Indsamlinger ude af huset”: (Symbol M)

Dette er for eksempel, når Lars Løkke deltager i bolchefremstilling på en skole, eller Mette Blomsterberg deltager i et motionsløb.

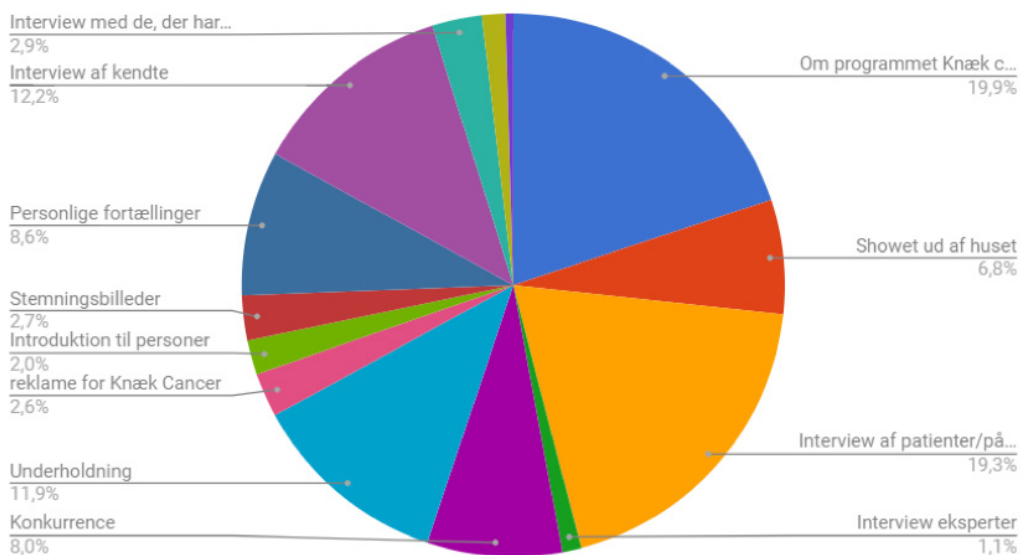
“Faglig information/oplysning”: (Symbol N)

Såfremt at værterne eller øvrige deltagere giver information om sygdommen følgevirkninger m.v., kategoriseres dette herunder.

Denne analyse, hvor vi har søgt at tematisere showet, er i nogen grad mere fortolkende end vores transskription. Vi har i denne 2. analysedel været mere vurderende end i den første del (se samlet oversigt i bilag 4).

Efterfølgende indsatte vi kategoriseringerne i et cirkeldiagram for at få et overblik over den samlede tidsfordeling (se bilag 5 for udregninger og diagrammer). Tidsfordelingen i showet fordeler sig således:

Samlet tidsfordeling af tematikker i showet



Dette ønsker vi i det følgende at holde op mod den formålsbeskrivelse, som Kræftens Bekæmpelse via cancer.tv2.dk (som er en samlebetegnelse for Kræftens Bekæmpelse og Knæk Cancer) selv har formuleret. Vi ønsker altså i det følgende at gennemgå de nedenfor be-

skrevne formål, der knytter sig til showet for at identificere, om det er overensstemmende med vores undersøgelse. Vi har markeret vores nedslag med understregning.

KNÆK CANCERS FORMÅLSBESKRIVELSE

“Knæk Cancer er et stort årligt indsamlingsshow, som TV 2 og Kræftens Bekæmpelse laver sammen. Showet samlar danskerne i kampen mod den alvorlige sygdom. Kræft rammer hver tredje dansker og gør alle andre til pårørende. Vi kommer alle - på en eller anden måde og på et eller andet tidspunkt i vores eget liv - i berøring med kræft. Færre skal få kræft, og flere skal overleve. Kræften skal knækkes sammen med danskerne, for kræft er en fælles sag, som kræver en fælles indsats. Derfor laver Kræftens Bekæmpelse og TV 2 et stort årligt indsamlingsshow, Knæk Cancer, hvor en række programmer sætter fokus på kræft og samler penge ind til Kræftens Bekæmpelse. Udover indsamling er målet med Knæk Cancer at oplyse om sygdom, kræftpatienter, pårørende og om forskning.”

(Kræftens Bekæmpelse 2017[34]).

“Samler danskerne”: Det udtales hyppigt af værterne, at showet har til formål at samle danskerne. Desuden hyldes deltagere, der har frembragt ikonet Knæk Cancer-blomsten som en fælles aktivitet (for eksempel ved at et gymnastikhold ligger på ryggen i sort tøj, og en enkelt gymnast er iført rødt tøj).

“Færre skal få kræft, flere skal overleve”: Det er uklart, hvordan denne formulering stemmer overens med showet. Vi mener, at dette må rette sig mod forebyggende aktiviteter eller oplysning herom, og dette har vi ikke fundet direkte eksempler på i showet.

“Kræften skal knækkes sammen med danskerne”: Denne formulering forstår vi således, at ansvaret for at finde en kur mod kræft er op til den danske befolkning. Det er meget lig det, vi synes at blive præsenteret for i løbet af showet. Dog synes det som om, at kuren (eller koden, som det også omtales som) kan findes gennem donationer snarere end for eksempel opfordring til, at der er flere, der uddanner sig indenfor det respektive, faglige felt, eller at der generelt omfordeles flere samfundsmæssige midler til forskning på området etc. Som det står dobbelttydigt formuleret, er det ikke alene kræften, der skal knækkes, men også danskerne, hvilket vi tilskriver en sproglig formulering enten begået af en uopmærksom skribent – eller som et freudian slip.

“Fælles sag, som kræver en fælles indsats”: Igen synes denne formulering diffus. For hvori består den fælles indsats, andet end at i donere penge (mod at vinde en bil, rejse, tale med

en kendt etc.)? Det kan forstås sådan, at det fælles egentlig består i det individuelle valg at donere penge.

“Sætter fokus på kræft og samler penge ind”: Dette er interessant, fordi der i showet tydeligvis bliver sat fokus på både at samle penge ind og at sætte fokus på kræft, men dette sker ikke kohærent. Når der tales om kræft, er det overvejende i forbindelse med emotionelle fortællinger, og når der bliver samlet penge ind, så er det i forbindelse med, at seeren kan vinde en bil eller en rejse. Kun i få tilfælde oplever vi, at der bliver samlet penge ind, samtidig med at der er fokus på kræft, eksempelvis når Ole Thestrup fortæller, at seerne skal “frem med pungen og betale ved kasse et” (Bilag 4 ref. 180).

“Oplyse om sygdom”: Denne beskrivelse kan måske anskues i forhold til særligt de følelsesmæssige konsekvenser af at blive kræftsyg, og deraf de personlige fortællinger vi har opgjort til 8,6% af den samlede programtid.

“[...] kræftpatienter, pårørende”: I overensstemmelse med ovenstående synes det som om, at præsentationen af kræftpatienternes emotionelle beskrivelser er det, der primært fylder. Dette kommer særligt til udtryk under interviews (opgjort til at fylde 19,3% af tiden), hvilket vi vil beskæftige os med i 2. del af projektet.

“[...] om forskning”: I den sidste del af programmet er der inviteret en forsker i studiet, der fortæller om forskningen formidlet populært ved for eksempel at referere til kræftceller som “nogle små sataner”. Interviewet med forskeren har vi opgjort til at fylde 1,1% af den samlede programtid.

Opsamlende vurderer vi, at formålsbeskrivelsen altså afviger fra det, showet egentligt indeholder, forstået på den måde at de mere videnskabelige introduktioner eller præsentationer er udeladt til fordel for de mere emotionelle beskrivelser. Det, der overvejende fylder i showet, er præsentationer af showet, underholdning, konkurrencer m.v.

Vi har i det ovenstående forsøgt at skabe en indholdsanalyse for at redegøre for, hvad der finder sted i showet. Vi har vurderet, at denne undersøgelse har medført en række tvetydige resultater, da de forskellige elementer i showet synes relativt usammenhængende: I det ene øjeblik er der en koncert med Suspekt, det andet øjeblik præsenteres vi i showet for personlige og følelsesladede historier, og efterfølgende vises en reklamefilm for en rejse. Derfor ønsker vi i det følgende at undersøge casen som samlet hele, forstået på den måde at konceptet i sig selv vil blive underlagt en kritisk analyse for at gøre “det skjulte åbenlyst”.

**MAKING
THE HIDDEN
OBVIOUS**

GØRE DET SKJULTE ÅBENLYST

Svend Brinkmann skriver om metoden "making the hidden obvious", at denne tilgang knytter sig til at intet længere "[...] can be read with an innocent eye" (Brinkmann 2012:27). Dette betyder, at selv de mest trivielle hverdagstekster underlægges et kritisk blik. Brinkmann refererer til psykologen Ian Parker, der selv refererer til den franske tænker Louis Althusser, og skriver, at alle tekster har en interPELLerende funktion (Ibid).

InterPELLation handler om, at allerede idet et barn fødes, indlejres – og disciplineres – det i en ideologisk konstruktion. InterPELLationen virker gennem en materiel form og forårsager, at individet er absolut determineret – som Althusser's eksempel om en politimand, der anråber os på gaden: "Hov, De der" (Althusser 1965:54), og vi straks vender os "hvem, mig?", da interPELLeres vi således som subjekter. Det betyder også, at til trods for at individet har en fornemmelse af, at det er "frit", er det ikke andet end ideologiens virkemåde – netop derfor er ideologiens virkemåde determinerende: Fordi vi tror, at vi er frie, lader vi os underkaste ideologien (Althusser 1970:61). Denne genkendelses-disciplinering forårsager desuden, at verden opleves organiseret. Derfor betyder det, at der ikke eksisterer uskyldige tekster uden funktion. Alt interPELLerer os så at sige. Brinkmann skriver, at undersøgeren bør forholde sig til, hvilke fænomener som for eksempel diskursive konstruktioner, der danner sammenhængen for den udvalgte tekst (Ibid:29). Med diskursive konstruktioner henvises der til Michel Foucault's terminologi, hvilket vi kort vil opridsse.

I Foucault's tænkning eksisterer der noget, der er sandt og noget, der er falskt, alt efter hvilket vidensregime eller *episteme*, vi befinder os i (Foucault 2005:64). Indenfor et givent episteme eksisterer der en orden af ord og regler, der gør det meningsfuldt at tale om verden, eller som kan betragtes som en generel måde at forstå tænkningens system i en afgrænset periode på. Dette er årsagen til, at Foucault i så høj grad er optaget af vidensarkæologien, altså at undersøge hvilke diskursive praksisser og meningskonstruktioner, der eksisterede i tidligere epistemer. Ole Thyssen uddyber: "Hvad viden er, afhænger også af en diskurs, som er skabt af alle og ingen, og som ændrer sig i brud" (Thyssen 2012:706). Det skal forstås således, at det i et tidligere episteme for eksempel var meget almindeligt at have skibsdrenge med på de lange sejlture. De var fejedrenge, og om natten sov nogle af dem hos skipperne ombord. Det var i den forstand egentlig hverken forkasteligt eller noget, der blev talt om, "sådan var det bare". Sættes det ind i en nutidig kontekst, da ville vi formentlig omtale det pædofili, misbrug eller tvangssex. Der er altså en nutidig diskursiv konstruktion, der handler om, at det er forkert af mændene, at de havde seksuel omgang med unge drenge. Men på daværende tidspunkt herskede der en anden diskurs, der var indlejret i tiden i forhold til sex

mellem voksne mænd og helt unge drenge.

Vi ønsker med afsæt i Brinkmann i undersøgelsens anden del at undersøge hvilke diskursive meningskonstruktioner, der kommer til udtryk. Dette ønsker vi at gøre ved først at tage afsæt i Barbara Ehrenreichs kvalitative beskrivelse af hendes personlige forløb som kræftpatient og efterfølgende søge at skitsere de diskurser eller fænomener, vi har identificeret på baggrund af denne analyse. Vi vil altså søge at drage paralleller mellem Ehrenreichs beskrivelser og Knæk Cancer-showet for at undersøge hvilke fænomener, der er overensstemmende. Vi har valgt at beskæftige os med netop Ehrenreich, da hun eksplicit forholder sig til hendes personlige oplevelser som kræftpatient og beskriver sine oplevelser, hvilket vi mener qua Brinkmann ligner hverdagsoplevelser på samme måde, som vi har konkretiseret showet Knæk Cancer til at kunne forstås at være.

SMILE OR DIE

Ph.d. i cellebiologi Barbara Ehrenreich har skrevet bogen *Smile or Die! – How Positive Thinking Fooled America and The World (2009)*. Her beskæftiger Ehrenreich sig kritisk med, hvordan Positive Thinking har vundet indpas særligt i USA og de negative følger heraf, hvilket hun blev opmærksom på, da hun selv fik konstateret kræft.

Ehrenreich beskriver, at Positive Thinking i høj grad har vundet indpas i den amerikanske kultur og forklarer blandt andet, hvordan økonomer er begyndt at undersøge landets økonomiske succes og risikokalkulerbarhed ud fra borgernes 'lykke'. Herunder forklarer hun, hvordan Positive Thinking muligvis hænger sammen med boblen i 2007, som hun mener, hænger sammen med over-optimistiske økonomers manglende realistiske sans – en tro på at boligmarkedet ville blive ved med at tiltage i værdi. Lykke er i sig selv et vanskeligt fænomen at måle, og Ehrenreich forholder sig kritisk til denne tendens. Hun spørger: Hvad er i grunden lykke? Ehrenreich beskriver, hvordan amerikanere ofte anser sig selv som værende åbne og positive, men samtidig er de storforbrugere af antidepressiv medicin "[...] Americans account for two-thirds of the global market for antidepressants, which happen also to be the most commonly prescribed drugs in the United States." (Ehrenreich 2009:3).

Begrebet Positive Thinking, forklarer hun, betyder to ting: For det første er det teorien om "den positive tanke" i sig selv, som hun forklarer, er en fornemmelse af: "Things are pretty good right now, at least if you are willing to see a silver linings, make lemonade out of lemons, etc., and things are going to get a whole lot better." (Ibid:4), altså som en slags generel positiv indstilling eller optimisme til fremtiden, hvilket kan anskues som en bevidst forventning. Ehrenreich skriver, at forskning i positiv psykologi tyder på, at positive tanker

for eksempel taknemmelighed, tilfredshed og selvtillid kan medføre et bedre, mere socialt og sundere liv, hvorfor hun ikke anfægter denne tilgang, men snarere advokerer for, at den enkelte bør prøve at se lyst på tilværelsen samtidig med at vedkommende forholder sig "realistisk" til tingenes tilstand (Ibid:2;200).

Snarere er hendes kritik rettet mod den anden tilgang, som vi fremadrettet blot vil betegne Positive Thinking. Denne ser hun som en skadelig, pseudo-videnskabelig aktivitet, der har vundet ideologisk indpas i det amerikanske samfund – herunder særligt i forbindelse med terapeutisk behandling af kræftpatienter (Ibid:4). Positive Thinking er forankret i en idé om, at mennesket gennem praksis kan opnå lige præcis det, de drømmer om: mennesket kan "forme verden", som de ønsker det, såfremt de bare ønsker det nok (Ibid:5).

"Those who set themselves up as instructors in the discipline of Positive Thinking - coaches, preachers, and gurus of various sorts - have described this effort with terms like "self-hypnosis," "mind control", and "thought control" (Ibid:5)

Denne forståelse opstod, jævnfør Ehrenreich, blandt andet fra ideen, der blev omtalt som The Law of Attraction, som er en idé der (mere eller mindre) er formuleret og baseret på teoridannelser fra kvantemekanikken. Ehrenreich refererer her til kvantekollapset; Teorien om, hvordan bølgefunktionen kolliderer ind i bølgefunktioner: Bølgefunktionen kan antage alle funktioner, men når den observeres, kolliderer den ind i en enkelt funktion. Der er altså tale om en partikel-bølge-dualitet, der så at sige interagerer med observatøren (se fx. Rovelli 2014:18-25; Griffiths 2016:4-9). I denne sammenhæng advokerer Ehrenreich for, hvordan denne teori er blevet fuldkommen modificeret og revideret, således at den passer ind i en teori om, at mennesket således er i stand til at forme sit liv og verden, altså ud fra dets (positive) betragtningsmåde. Hun eksemplificerer dette ved at citere en Life Coach, som på sin hjemmeside forklarer, at "We are Creators of the Universe" (Ehrenreich 2009:68), hvilket betyder at mennesket ved tankens kraft skaber universet, hvilket Ehrenreich også citerer forfatteren til bestseller-bogen *The Secret*³, Rhonda Byrne for at skrive: "the mind is actually shaping the very thing that is being perceived" (Ibid). Det kan forstås sådan, at hvis man for eksempel ønsker at vinde i lotto, få drømmejobbet eller den perfekte kæreste, så vil man opnå det, såfremt man bare VIL det nok og (naturligvis) praktiserer Positive Thinking.

I forbindelse med sygdomsbekæmpelse har Positive Thinking også vundet stort indpas, jævnfør Ehrenreich. Hun peger blandt andet på forskning fra 1930'erne, hvor forskeren Hans Selye udsatte forsøgsdyr for fysisk lidelse. Han noterede, at dyrene på grund af deres

³ En selvhjælpsbog, der bygger på Positive Thinking-metoden og som er solgt i over 20 millioner eksemplarer.

mishandling havde et mindre godt helbred og havde større chance for at blive syge end de dyr, der ikke havde været udsat for dette forsøg. Om dette skriver Ehrenreich:

"It was apparently a short leap, for many, to the conclusion that positive feelings might be the opposite of stress – capable of boosting the immune system and providing the key to health, whether the threat is a microbe or a tumor." (Ibid:35)

Det gav således nogle terapeuter, psykologer m.v. anledningen til at mene, at det modsatte af stress, altså positive følelser, ville medføre et bedre immunforsvar og derfor minimere risikoen for sygdomme (Ibid). Dette forklarer Ehrenreich med den begrundelse, at et optimistisk sind kan medføre, at vedkommende har et bedre socialt liv, og dette har en sammenhæng med længere levetid. Men andre praktiserende videreudviklede på denne teori-dannelse og skabte Positive Thinking. I denne eksisterer en opfattelse af, at ved at læse de rigtige (selvhjælps)bøger og udføre den korrekte Positive Thinking i praksis kan man ændre verden: Altså ved altså blot at praktisere Positive Thinking og have en positiv indstilling til tingene, så ændres tingenes tilstand til det gode (Ibid:5). Det betyder derfor, at en sygdom som kræft kan kureres, hvis man bare vil det nok.

Ehrenreich forholder sig ikke kritisk til, at nogle patienter oplever mere optimisme m.v. ved at gøre brug af de teknikker, Positive Thinking foreskriver, men forklarer tværtimod, at det kan give kvinderne (hun beskæftiger sig ikke med mandlige patienter) noget at give sig til, og de kan få en følelse af at have kontrol og selv være en del af løsningen og ikke ende med at være passive i forhold til deres sygdom (Ibid:36). Hun retter snarere sin kritik mod de tilfælde, hvor patienten oplever frustration, fordi hun ikke bliver rask ved hjælp af metoden.

Ehrenreich beretter for eksempel om en patient, der til trods for at hun gør alt, hvad Positive Thinking-metoden foreskriver, så er hendes kræft stadig tiltagende og spreder sig (Ibid:42). I den forbindelse forklarer Ehrenreich, at Positive Thinking har den konsekvens, at kvinden kun har sig selv at bebrejde. Hun føler, at hun er skyld i sin sygdomstilstand, for hvis mennesket selv er skabere af verden, kan den eneste årsag til spredningen være, at hun ikke er positiv nok, at hun kæmper ikke hårdt nok og "possibly it was her negative attitude that brought on the disease in the first place" (Ibid:43).

IDEOLOGISK KONSTRUKTION

Yderligere har Positive Thinking ændret, hvordan nogle pårørende forholder sig til kræftpatienter. Ehrenreich beskriver, hvordan pårørende lægger et pres på den kræftramte ved at "victim blame" og forvente, at den syge anlægger en positiv tilgang (Ibid:43).

Positive Thinking fordrer altså, at den enkelte skal omfavne sin sygdom. Ehrenreich giver

eksempler på, hvordan kvinder skriver på forskellige online kræftfora, om hvordan deres liv er blevet meget bedre efter kræftforløb, hvordan de ikke længere bekymrer sig og er blevet mere glade og opmærksomme på de vigtige ting i livet (Ibid: 28) Ehrenreich beretter desuden om en klumme, hvor en forfatter beskriver kræft som værende noget, der er givende i langt højere grad, end det er tærende. Ehrenreich ser, hvordan dette fænomen er forholdsvis udbredt, og nogle skribenter skriver endda, at kræften skal ses som en gave, der giver livet tilbage og giver forståelse for, hvad der er godt i livet. Ehrenreich ser, at brystkræft og det, den medfører, er en overgangsrite (Ibid:29), altså en slags livsstil, der knytter sig til en overgang fra et til noget andet. Kræften gør, at mennesket gennem Positive Thinking skal redefinere sig selv og finde sig selv i sit nye væsen: *Være en fighter*.

Ehrenreich bemærker spøgefuldt i et oplæg: "Lance Armstrong have once said that cancer was the best thing that ever happend to him ... that makes you wonder about the rest of his life" (Ehrenreich 2010[36]). Hun forklarer, at patienterne ligeledes forventes af deres omverden at omfavne sygdommen: Som om at det var en positiv ting og i det hele taget tage imod dette som en gave.

Ehrenreich skriver:

"What it [kræft] gave me, if you want to call this a "gift", was a very personal, agonizing encounter with an ideological force in American culture that I had not been aware of before – one that encourages us to deny reality, submit cheer-fully to misfortune, and blame only ourselves for our fate" (Ehrenreich 2009:44).

Desuden omtaler hun det også som en aktivitet, der gør den praktiserende desillusioneret: Fordi verden jævnfør Positive Thinking er en konstruktion, som baserer sig på det, man ønsker sig allermost, er der heller ikke længere noget dårligt i verden: "[...] the universe was "Supply" and "Abundance" made available to everyone by a benevolent deity. Sin, crime, disease, poverty – all these were "errors" wrought by minds that had fallen out of resonance with the cosmic vibrations of generosity and love" (Ibid:200).

Hun udtrykker altså, at der er tale om en generel illusion eller ideologi, som forgrener sig i samfundet. Dette medfører, at når at amerikanske borgere for eksempel påpeger den øgede ulighed, så opfattes dette som "whining" eller aktiv selvofferliggørelse, da den, der klager sig, jo blot kunne tænke mere positivt, kæmpe mere (Ibid:201). Hun skriver endvidere, at Positive Thinking kunne opfattes som naivitet, men er udtryk for noget helt andet: Strategisk, politisk repression, som anvendes over hele verden herunder det tidligere Sovjet,

Nordkorea, styret i Iran under Pahlavi ect. (Ibid). Fordi den er mere skjult end frygt, tortur, krigstrusler m.v. er den et mere subtilt virkemiddel: En etos, der handler om, at det enkelte individ er frit og kan opnå vidtrækkende muligheder, såfremt det bare vil det (Ibid:204).

Ehrenreich sammenligner denne illusion med, hvad hun kalder markedsfundamentalisme eller Den Usynlige Hånd, som, hun forklarer, er en idé om, at markedet ved "magisk kraft" kan stabilisere sig selv, og derfor behøves der ingen politisk indgriben eller aktive handlinger (Ehrenreich 2010). Derfor pacificeres mennesket således i forhold til for eksempel de samfundsmæssige uligheder og lader blot ideologien, Positive Thinking, vinde indpas.

PINK RIBBON CULTURE

Ehrenreich beskriver sit eget kræftforløb og fortæller om, da hun skulle have foretaget en mammografi. Allerede idet hun skal klæde om i omklædningsrummet, bliver hun opfattet som en (brystkræft)patient, da der i omklædningsrummet er lyserøde bånd, følelsesladede digte pyntet med lyserøde blomster og meget andet (Ibid:16). Ehrenreichs definerer "*Pink Ribbon Culture*" som en kultur, hvor det strukturerende princip er feminint, pænt, og hvor Positive Thinking er altoverskyggende. Ehrenreich fortæller, at hun begyndte at lægge mærke til de forskellige accessories, man kunne købe, som på den ene eller den anden måde var forbundet med "brandet" cancer: halskæder, brocher, kopper, bamser og meget mere (Ibid:22), på samme måde som man også ser det i supermarkeder i Danmark, hvor man som tidligere beskrevet kan købe fx. pins og smykker fra Knæk Cancer etc. Ehrenreich kalder hele denne strøm af lyserøde farver, smykker osv. for "*ultrafeminine*" (Ibid:23), hvilket Ehrenreich fortolker som værende et udtryk for, at kvinder ramt af brystkræft under alle omstændigheder skal bibeholde deres femininitet (Ibid: 24).

Efter Ehrenreichs mammografi får hun besked om, at der er konstateret kræft i hendes bryst: I beskeden står der: "*there is cancer.*" (Ibid:18). Hun forklarer, at hun ikke omtales som person eller som noget kropsligt, der konstateres alene, at der er kræft: Dette er, hvad hun er nu, hun *er* kræft. Det tolker vi således, jævnfør vores korte introduktion til Foucaults diskursforståelse, at hun derved synes at være indskrevet i et net af meningskonstruktioner om, hvem hun er – at hun tillægges en essens qua hendes kræftsygdom, altså er hun nu blevet til kræftens væsen i sig selv.

Under hendes forløb blev hun opmærksom på, at der var mange steder, hun kunne henvende sig for at modtage hjælp til at forholde sig til sygdommen og dens implikationer. Dog mener hun, at denne hjælp var ensformig, da den handlede om at bekæmpe kræft ved hjælp af Positive Thinking. Desuden bemærker hun, hvordan kræftpatienter omtales som *fighters*:

De skal være stærke og modige. Ligeledes bliver de, der bliver raske, kaldt for "survivors", dem, der besejrede kræft (Ibid:26). Og i denne kamp mod kræft er der kun en vej tilladt: "Positive Thinking seems to be mandatory in the breast cancer world[...]" (Ibid). Samtidigt skal vrede, sorg eller frustration undskyldes (Ibid).

I det følgende ønsker vi at præsentere de diskurser, vi ser overensstemmende med de meningskonstruktioner, vi har præsenteret i forbindelse med Ehrenreichs beretninger.

KNÆK CANCERS DISKURSIVE REFERENCER

Det måske mest iøjnefaldende er, at showet er konstrueret som en festlig begivenhed. Showet er sat i en festlig ramme, hvor værterne er iklædt flotte kjoler eller jakkesæt. Undervejs i hele showet er der stemningsfyldt underlægningsmusik, der bliver mere up-beat, når der er reklamer fra virksomheder. Der er hyppigt underholdende indslag for eksempel koncerter, konkurrencer eller interview med kendte. En af de personer, der indgår som patient i programmet, er Frederikke. Der er på forhånd lavet et indslag, der handler om, at Frederikke skal modtage sin sidste kemobehandling, og i den forbindelse har en sygeplejerske pyntet en hel stue op med balloner, serpentiner og et banner (Bilag 4 ref. 22). Da Frederikke reagerer på sin første indsprøjtning, griner værten til hende (Bilag 4 ref. 32), hvilket er overensstemmende med, at pårørende skal opmuntre den kræftramte til Positive Thinking.

Der fældes tårer i ganske få tilfælde i løbet af showet, som for eksempel da Frederikke overraskes af sit idol, der træder ind i hendes hjem under en arrangeret overraskelse (bilag 4 ref. 36), hvilket altså ikke har en direkte reference til hendes sygdom. Overordnet eksisterer der et strukturerende princip, der handler om positivitet, begejstring og fest. På den måde minder dette underholdningsprogram om de øvrige programmer, der er tilgængelige i "den bedste sendetid", for eksempel X-Factor, Vild med Dans eller lignende. Den fremtrædende diskurs lader ikke plads til dets "modsatning" for eksempel en diskurs, der skildrer, hvordan kræftsygdommen også kan påvirke livet, for eksempel urinvejsblødninger, opkast af sekret eller dødsfald m.v. Der vises endvidere indslag med patienter, der lider af senfølger (bilag 4 ref. 122-125), men dette omhandler ikke de konkrete, ubehagelige følgevirkninger, som sygdommen medfører, men i stedet præsenteres det som noget sekundært, som *survivors* fortsat må kæmpe med. Derfor opretholdes Positive Thinking som en diskurs, der er indlejret i alle dimensioner i forhold til patienter, både mens de er syge og efterfølgende.

Vi har desuden identificeret en feminin diskurs som strukturerende princip. Denne kommer også til udtryk ved historien om Frederikke. Værten lægger i høj grad vægt på hendes blog,

hvor Frederikke har lagt billeder op af sig selv både før og efter sin kemobehandling. Da Frederikke går ind i studiet under showet, påpeger værten Cecilie Frøkjær "du ser også bare smadder godt ud" (Bilag 4 ref. 35). Denne reaktion kan også forstås som, hvad Ehrenreich beskriver, som at udenforstående forventer en positiv tilgang og attitude fra den, der er syg, hvilket også kommer til udtryk, da Frederikkes idol siger til Frederikke: "Jeg synes, du er så sej, du viser bare glæde og overskud" og bakkes op af Frederikkes mor: "Jeg synes, at hun er så sej [klapsalver]. Man kan kun blive stolt" (Bilag 4 ref. 35), hvortil værten Mikkel Beha siger til Frederikke: "Jeg synes altså, at du ser meget sød ud på de billeder" (Bilag 4 ref. 38) og "Ej, du ser meget sød ud, så det skal du ikke være ked af" (Bilag 4 ref. 35), og dette på trods af at der aldrig har været tale om andet. Dette ser vi som et forsøg på at fastholde en idé om, at Frederikke er feminin og en, der *kæmper*. Dette bidrager til, at Frederikke indskrives i en pæn og feminin diskurs til trods for hårtab, fuldmåneansigt⁴, markant vægtøgning med videre.

Under hele Knæk-Cancer showet bliver der ikke vist en eneste person, der er i et døende stadium, eller som skildrer kræften som en negativ eller ulækker sygdom, som mennesket ikke selv er herre over. Der er snarere tale om en feminin og positiv iscenesættelse af kræften, som udvalgte har fået tildelt som en gave. Som popsangeren Medina siger det: "Selv der hvor der er allermørkest, der vil der være nogle momenter som vil være nogle af de bedste i det liv, der enten er tilbage eller som man [...] får givet tilbage" (Bilag 4 ref. 42). Der vises også et forudoptaget indslag, hvor der optræder en skolebuschauffør, der hedder Peter, som har fået konstateret en hjernetumor. Der vises klip med, hvordan børnene omtaler Peter positivt og næsten overstadigt takker Peter for køreturen, og Peter fortæller, at "man skal ikke give op" (Bilag 4 ref. 113). Det ekspliciteres ikke, hvordan det er muligt at "give op", men det synes som om, at det knytter sig til ikke at forholde sig positivt til kræftsygdommen.

Ehrenreich skriver, at hun mener, at de døende og døde bliver negligeret i fortællinger, der handler om *survivors*. Det kommer for eksempel til udtryk, da hun deltager i en begivenhed, et motionsløb i forbindelse med kræftpatienter, vises de, der er døde af kræft i form af papirposer med deres navne på, hvor Ehrenreich humoristisk skriver "A series of paper bags, each about the right size for a jouner burger and fries, lined the relay track" (Ehrenreich 2009:27). Der var fokus på løberne, og de, der stadig kæmper mod kræft, og disse '*burger*'-poser med lys i stod langs startlinjen af løbet.

⁴ Også kaldet moon face jævnfør Klinisk Ordbog (2005:445).

Dette fænomen vises også i Knæk Cancer-showet. Der bliver jævnligt klippet til værter, der befinder sig i et udeområde fyldt med mennesker, og på samme måde, som Ehrenreich beskriver det, er der en masse små hvide posere med navne på mennesker, der er døde af kræft, eller dem som stadig *kæmper* (bilag 1 ref. 70). Disse posere er dekoreret med tegninger eller hilsner til de afdøde. Der bliver ganske kort interviewet enkelte pårørende, der har lavet lysposere til afdøde familiemedlemmer, men det er ganske kort, og ligesom ved Ehrenreichs oplevelse er det de kæmpende, der er i fokus. Undervejs i showet bliver der sendt tv fra dette udendørsområde, bl.a. da Ghita Nørby holder årets Knæk Cancer-tale (Bilag 4 ref. 71). Men poserne er primært i baggrunden og tales kun om få gange.

Denne beskrivelse er interessant, fordi Ehrenreich fortolker Positive Thinking som en ideologi, hvor der opfordres til at udelukke de barske forhold om, at sygdommen ikke kan påvirkes ved tankens kraft, men efterlader blot individet med nærmest en dobbeltforventning om, at de ikke alene skal kæmpe mod kræften, men de forventes også at være positive og omfavne sygdommen som en gave. Diskursen om kræft kan i showet identificeres således, at den tillægges en selvstændig essens, som er positiv og givende for det enkelte menneske: Først når det har modtaget denne gave, er det i stand til at udfolde sit fulde potentiale.

Lars Løkke Rasmussen bemærker muntert i showet, da han besøger en folkeskole for at lave bolcher, der skal sælges: "Det, der er det fornemme ved den her uge, er jo ikke bare det, der bliver samlet penge ind, men det er, at der kommer et engagement, for vi er allesammen nogen, der har sygdommen inde på livet, og det at lære noget mere om sygdommen, hvordan man kan undgå den, hvordan man kan håndtere den, det er bare ekstremt positivt, at danskerne engagerer sig og jeg, det, synes jeg bare, er fantastisk" (Bilag 4 ref. 143-144). Dette betyder således jævnfør statsministeren, at det er positivt, at danskerne engagerer sig i kræftsygdommen, men igen ser vi, at negative tilkendegivelser om sygdommen ikke kommer til udtryk.

I showet finder vi ydermere en interessant diskurs, der synes gennemgribende i fortællingen, som handler om "at stå sammen mod cancer" og at "knække cancer", som i øvrigt er titlen på showet Knæk Cancer. Titlen kan læses på to måder: Såfremt at Knæk læses som et verbum med tempus præsens, kan dette forstås som noget, der påkalder øjeblikkelig handling: Canceren skal knækkes nu! Det indikerer, at der er behov for at handle øjeblikkeligt, og at man gennem denne handling kan eliminere cancer. Desuden omtaler værterne ordet som et verbum i tempus futurum, altså som et forløb med en brat ændring ("Lad os knække cancer"), hvilket også påkalder krav om handling, men denne er forankret som en hændelse,

der ligger fremtidigt. Denne påkalder sig handling, men præsenteres ikke på samme måde som garant for, at det vil medføre ændringer her og nu, som i førstnævnte omtale. Det betyder derved, at titlen i sig selv indebærer et påbud om handling.

Referencerne til ordet "knæk" præsenteres forskelligartet under showet, for eksempel siger Ghita Nørby, at det knytter sig til at "knække koden", hvilket kan forstås med reference til forskning, der kan "løse gåden", som det også omtales. Værternes referenceramme er i højere grad diffus, nogle gange omtales kræft som noget, der via donationer kan 'udmattes' (bilag 4 ref. 181;315), men overvejende synes de at konstruere en idé om, at kræften skal destrueres for eksempel med ytringer lig "Lad os SÅ få knækket den cancer!" (bilag 4 ref.4).

Kræften konstrueres sprogligt som et fjendebillede, som skal elimineres gennem donationerne. Dette formidles i en nationalistisk diskurs, for eksempel "Danmark har stået sammen" (bilag 4 ref.4), "Hele Danmark bakker op" (bilag 4 ref. 53), "Det er en folkesag" (bilag 4 ref.100) og "Hele Danmark står sammen" (bilag 4 ref.433) med videre. Vi mener, at der tegner sig et fjendebillede, forstået som det negative og de dystre sider ved sygdommen samt de negative bivirkninger ved medicin og behandling som tidligere beskrevet altså er forankret i en populær-version, ikke som konkrete visninger af for eksempel døende patienter eller lign.

Sammenholdt med ytringer om at "kæmpe", "overleve", "de, der tabte kampen", "ikke at give op" osv. kan dette tolkes som en nærmest militant diskurs, som gør det op til den enkelte at forholde sig positivt til deres sygdom, og samtidigt kan det ses som en opfordring til, at pårørende skal motivere den enkelte til at omfavne sygdommen og "kæmpe videre". Samtidigt udtales det hyppigt, at danskerne eller "vi" skal stå sammen mod kræften, og dette synes som om, at det knytter sig til en nationalistisk diskurs.

Der er hyppige visninger af Knæk Cancer-blomsten, der er frembragt af forskellige materialer. Denne blomst kan man som tidligere nævnt købe i de fleste supermarkeder i en lille pin-udgave af metal ved kassen for tyve kroner. Desuden fortæller værterne i showet, at man på Facebook og Instagram kan sætte et billede på sit profilbillede med blomsten og teksten "Jeg støtter Knæk Cancer 2017", hvilket de fortæller, at over 100.000 personer har valgt at gøre (bilag 4, ref. 374). Dette logo og pinen omtales som et emblem, hvilket vi forstår som et emblem, der har så stor ideologisk forankring, at køberen og bæreren af emblemet fremstår som en af "soldaterne" i denne ideologiske kamp. I så fald synes Kræftens Bekæmpelses egen formålsbeskrivelse, der handler om, at "Samle danskerne", og at det er en "fælles sag, som kræver en fælles indsats", der er forklaret i foregående afsnit at være ganske over-

ensstemmende med de diskursive konstruktioner, der kommer til udtryk under showet. Vi mener, at hele showet overordnet er forankret i en rationel diskurs, der handler om, at alle bør "stå sammen", donere penge og være positive.

Desuden ser vi, at showet har særligt fokus på børn: Herunder gennem forproducerede optagelser af børn (for eksempel bilag 4 ref. 83-85;365-371). Endvidere gives der udtryk for, at det særligt er børn, der ringer ind i callcenteret. For eksempel siger Mette Frederiksen, at det "især børn [...] der er så mange børn der bidrager i år, det er så dejligt" (bilag 4 ref:116), eller da Peter Frödin fortæller om en pige, der netop har fået overdraget en arv fra hendes afdøde far, som hun har doneret (bilag 4 ref.176), eller som det udtrykkes "fedt med alle ungerne, der bidrager derude" (bilag 4 ref. 403) og "der er rigtig mange børn, der ringer ind" (bilag 4 ref:190), og da Felix spørger Jason: "der er mange børn, der ringer ind, ikke?" svarer han "det er der i hvert fald" (bilag 4 ref. 433). Desuden interviewer Puk to piger via Skype, som fortæller, at de har solgt bloklys med indgraverede Knæk Cancer-blomster på for at samle penge ind, de kunne donere (bilag 4 ref. 69). På denne baggrund forstår vi, at mange børn bliver påvirket af showet og de aktiviteter, der knytter sig hertil, og derfor samler penge ind, de donerer til Knæk Cancer-showet. Om grundlaget for, at børnene handler således, skyldes emotionel påvirkning, påvirkning fra forældre eller lignende, ved vi ikke, men i en kritisk optik kan der drages tvivl omv at børnene egentlig har nogen idé omv hvordan deres penge egentligt forvaltes af Kræftens Bekæmpelse. Måske man kan tale om, at det påvirker børnene på den måde, at de bliver indlejret i en forståelse af, at de har et medansvar for at "knække cancer", eller at de i det hele taget skal arbejde (mange har lavet kager, smykker, bolcher osv., de har solgt), for at de kan bidrage. Med reference til Nozick kan man derfor tænke, at børnene opfatter sig selv som midler og deres kropslige ejendom som noget, der kan anvendes til andres formål. I denne tænkning, kunne man også forestille sig, at børnene indføres i en ideologisk idé om, at Knæk Cancer (i modsætning til det offentlige) bør forvalte kræftforskning, forebyggende kampagner med videre. Samtidigt kunne vi ud fra Nozicks tænkning billige, at der tilsyneladende ikke er restriktioner i forhold til, hvem der må donere, som for eksempel gør sig gældende for børnene – eller Bandidos MC, som donerede 56.000,- (bilag 4 ref. 194).

Opsamlende vurderer vi, at det, der skjuler sig under denne tilsyneladende festlige begivenhed, der er præget af Positive Thinking, er en række diskurser, der virker under "overfladen". Herunder har vi identificeret, at kræften tillægges en selvstændig essens, som omtales som noget, der ikke alene er positivt for patienterne, da de bliver gjort til kæmpere og overleve, men også som noget, der nationalistisk og militant kan bekæmpes. Dette kan for eksempel

gøres ved at donere eller at støtte Knæk Cancer ved at købe en pin med deres symbol eller installere emblemet på sin Facebookprofil eller i det hele taget forholde sig positivt og kæmpe. En strukturerende og kontinuerligt tilbagevendende diskurs handler om, at der skal indsamles så mange penge som muligt uanset afsender.

Selve den strukturelle organisering af showet og de rationelle, diskursive mekanismer, vi ser, er til stede, ønsker vi i det følgende at undersøge nærmere. Derfor vil vi supplere vores undersøgelse med henholdsvis Ritzer, Bryman og Baudrillards teorier om McDonaldization, Disneyization og Hyperrealitet.

DISNEYIZATION OG MCDONALIZATION

Disneyization⁵ er et begreb, den engelske kulturtænkner Alan Brymann bruger til at beskrive en tendens i det amerikanske samfund: "The roots of Disneyization in theories of consumerism and consumer culture are examined and are contrasted with the grounding of McDonaldization in the idea of rationalization." (Bryman 1999:1). Begrebet McDonaldization stammer fra den amerikanske sociolog George Ritzer, som har beskrevet en tese om The McDonaldization of Society, hvordan et samfund adopterer forretningskoncepter fra McDonald's. Ovennævnte ønsker vi i det følgende at beskæftige os med for at forklare, hvordan teorien om McDonaldization og følgelig Disneyization kan forstås overensstemmende med Knæk Cancer.

Ritzer forankrer sin tese i Max Webers idé om rationaliseringen, der blandt andet omhandler, hvordan non-humane teknologier i stigende grad vinder indpas, da de "are viewed as more calculable, more efficient, and more predictable than human technologies" (Ritzer 2011:139). Dette viser sig særligt i McDonald's-kæden, for uanset hvor man befinder sig i verden, kan man købe en Big Mac, og underordnet om du befinder dig i Struer eller i Shanghai, så smager burgeren ens – og proceduren bag er den samme. Den er faktisk så stabil, at The Economist har skabt et Big Mac-index, der sammenligner landes valutaer ud fra prisen

⁵ Begrebet skal ikke forveksles med disneyfication. Disneyfication er et begreb der kritiserer hvordan Disney udvikler produkter. Når en original ide er blevet præsenteret for Disney, eller når Disney har omfortolket gamle eventyr, så er der sket en disneyfication ved at Disney bruger samme teknikker og virkemidler både grafisk og i forhold til hvordan historien bliver fortalt. "For Schickel, then, Disneyfication referred to the often criticized way in which Walt Disney, his co-workers and their successors put an original work through a Disney mincer to emerge with a distorted version of it. The outcome of the process was and is instantly recognizable as a Disney product." (Bryman 1999:27). Disneyfication er derfor en kritik af Disneys produkter for at være forvrængende i forhold til den virkelighed en fortælling kan repræsentere.

på en Big Mac (se The Economist [37]). Ritzer mener, at McDonald's særligt er båret af fire koncepter:

1. Effektivitet

Procedurerne er standardiserede, samlebåndslignende og derfor særligt effektive. Konceptet er så styret af manualer, at kunden desuden får samme (effektive) oplevelse uanset hvor i verden, de går på en McDonald's. Kunderne selv forventes at fjerne deres bakker og smide affaldet ud, inden de forlader restauranten, hvilket effektiviserer processen yderligere – og øger profitten.

2. Kalkulerbarhed

Manualiseringen medfører, at arbejdsgangene er rutineprægede. Der er for eksempel skrevet et manuskript til medarbejderen om, hvad hun skal sige til kunden. Desuden er restaurantens indretning lavet sådan, at kunderne indtager maden effektivt og forlader stedet igen. Det mest fremtrædende eksempel på dette er Drive-Trough, hvor kunderne modtager deres præfabrikerede burgere og omgående forlader stedet.

3. Forudsigelighed

I forhold til ovennævnte medfører denne kalkulerbarhed særligt også forudsigelighed. Uanset hvor i verden man besøger en McDonald's, vil maden smage ens, værterne vil være klædt ens, og indretningen vil være den samme, med andre ord vil oplevelsen være stort set den samme. Dette gælder også kundernes adfærd: De skal hurtigt bestemme sig for, hvad de vil have, konsumere maden effektivt og omgående forlade restauranten bagefter. Det betyder som tidligere nævnt, at uanset hvor man besøger en McDonald's restaurant, så er ritualet både for de ansatte og for kunderne ens.

4. Kontrol

En stor del af kontrollen kommer fra computergenererede teknologier. Såfremt at der opdaget, at en medarbejder er ineffektiv, hvilket nemt kan undersøges, fordi procedurerne er så standardiserede, kan denne meget nemt erstattes qua de mange manualer. Denne kontrol foranlediger, at medarbejderne disciplinerer sig selv i forhold til arbejdsrutinerne. Da det meste af maden allerede er præfabrikat, efterspørger kunden heller ikke eksempelvis ekstra sprøde pommes frites, da de allerede ved at frituremaskinen virker automatisk osv. Der eksisterer også teknologier, der er rettet mod kunderne: skiltning, stickers på gulvet, placering af skraldespandene ect. (Ritzer 2011:583-584).

En af Ritzers pointer med denne McDonald's analogi er, at dette forretningskoncept har den konsekvens, at mennesket påvirkes til at skabe irrationelle beslutninger – paradoksalt i denne rationalistiske organisering. For eksempel er det irrationelt, at kunderne venter i lange (bil)køer, for at blive betjent af dehumaniserede teknologier, indtage deres præfabrikerede mad og skynde sig videre, formentlig med en fornemmelse af at have haft en god oplevelse. Ritzer påpeger, at den mest irrationelle konsekvens dette medfører, er, at vi tillader, at teknologien medfører dehumanisering og vareliggørelse: "Employees are forced to work in dehumanizing jobs, and costumers are forced to eat in dehumanizing settings and circumstances" (Ibid:585). Han skriver yderligere, at dette koncept kan anskues i forhold til den måde, samfundsinstitutioner i stigende grad fungerer på, og dette har den konsekvens, at der sker en "increasing [af] cultural homogenization" (Ibid:583), hvilket altså betyder, at menneskets mangfoldighed yderligere indskrænkes til at blive en homogen masse. Med andre ord kan det forklares sådan, at hvad der forekommer som det mest rationelle, er forankret irrationelt.

I forhold til Knæk Cancer synes organiseringsprincipperne bag McDonaldization at være i overensstemmelse. Først og fremmest er showet effektivt, forstået på den måde at det er reguleret ned i mindste detalje. Der er rigtig mange optagelser, der er lavet forud showet (altså præfabrikater) såsom sketches, indslag, interview osv. og desuden taler værterne ud fra et manuskript og bevæger sig meget indøvet fra for eksempel en scene til en anden. Der er et relativt hurtigt flow i programmet (vi har transskriberet 446 af dem alene jf. bilag 4), hvilket medfører, at der kan indgå flere elementer i showet, end hvis der for eksempel havde været længerevarende interviews med patienterne, og i forhold til de interviews og andre indslag i showet bliver disse ofte afbrudt, hvilket vi antager naturligvis er på grund af, at en producer forsøger at overholde tidsplanen. Denne effektivitet har netop den virkning, som McDonaldization har: Det rationelle bliver det irrationelle. Vi er af den overbevisning, at de fleste mennesker, der har en samtale med en person om hans eller hendes kræftforløb eller om hans eller hendes forhold til en kræftamt, ville have en dyb og personlig samtale, der vil være længere tid. Men i stedet bliver hver fortælling eller hvert et klip hurtigt introduceret, behandlet og afsluttet i Knæk Cancer-showet på samme måde som kunder, der besøger McDonalds restauranter.

Yderligere oplever vi, hvordan seerne forventes at deltage gennem donation ved at sms'ere penge ind eller at sende penge via MobilePay, hvilket automatiserede teknologier sørger for at holde regnskab med. På samme måde som værternes effektive behandling af et ellers sårbart emne bliver seernes forhold til de kræftpatienter, der fungerer som et billede på dem,

man støtter, effektiviseret. Vi oplever altså en tydelig effektivisering i showet, både hvordan showet er opbygget, men også i måden hvorpå man som seer bliver opfordret til at donere.

Forudsigeligheden i programmet er stor, og kun mindre afvigelser under selve showet gør sig gældende, som for eksempel når værterne ringer en vinder af bilkonkurrencen op, og vedkommende proklamerer "Jeg har en folkevogn i forvejen!" (bilag 4 ref. 119) eller en anden vinder ikke har nogen at invitere med på en rejse til Australien, "for jeg bor alene" (bilag 4 ref. 90) eller den sidste vinder af en bil slet ikke vidste, at hun havde deltaget i konkurrencen og siger: "Jeg er faktisk gået i seng" (bilag 4 ref. 439). Showets form minder i høj grad om øvrige programmer på TV2 og medfører en stor kalkulerbarhed: Vi regner med, at programmet er et underholdningsprogram, som kan ses af hele familien. Desuden guides man som seer kontinuerligt: Hvad handler Knæk Cancer om, hvad har vi netop set, hvad skal vi til at se, hvad handler Knæk Cancer om, hvad har vi netop set osv., hvilket vægter næsten 20% af den samlede tid, og som fremgår i specialets 1. del. Som sagt har denne forudsigelighed en vigtig funktion i McDonald's-principperne, da det er en form for forsikring: Om forbrugeren er en far, der er på vej hjem fra en bilferie med tre børn på bagsædet, eller om det er unge studerende, der er sultne efter en lang nat i byen, så har de alle samme forsikring, når de besøger McDonalds, for de ved, hvad de får, og de ved, at de bliver tilfredse. Denne forudsigelighed også vigtig for Knæk Cancer, når showet bliver sendt i bedste sendetid lørdag aften, så er det vigtigt, at der ikke er nogen, der bliver negativt overraskede. Det betyder, at der ikke er uforudsigelige indslag, og lydeffekterne samt musikken appellerer til følelser, der stemmer overens med de forskellige indslag: Er der for eksempel en fjollet sketch, så understøtter musikken det, hvis der er et mere sørgmodigt indslag, understøtter musikken det. Derfor er der i høj grad både forudsigelighed og kalkulerbarhed. Samtidigt ser vi også en disciplinerende adfærd forstået på den måde, at seeren – særligt på grund af musikkens stemningsleje – ledes til at føle dét, der er overensstemmende med det, der vises i showet (dette vender vi tilbage til i forbindelse med beskrivelsen af Disneyzation).

Klapsalverne fra salen ser vi som et kontrollerende princip, der understøtter en fortællingsafslutning, og der er sandsynligvis også skilte eller tavler, der fortæller publikum, hvornår de skal klappe. Et yderligere kontrolprincip er, hvad vi tidligere har forklaret som en diskursiv konstruktion forankret i Positive Thinking. Det indebærer to kontrolprincipper: Den ene gør sig gældende som en afvisning af negative forhold, som viser sig, når noget fremstår som et negativt forhold ved at være syg af kræft. Det andet princip fungerer som et strukturerende princip.

Et eksempel herpå er, da der vises en forproduceret optagelse af værten Mikkil Krüger og patienten Frederikke på hospitalet, hvor Frederikke forinden sin kemobehandling skal have en injektion. Frederikke udbryder et "uh!" og udtrykker væmmelse over denne injektion, og dette griner Mikkil Krüger af. Eller da en knoglemarvsdonor fortæller om selve processen i forbindelse med en knoglemarvsdonation, afbryder værten og spørger patienten "og Mikkil, nu sidder du så her og har en lille smule af Rasmus' knoglemarv inden i dig, hvordan er det?" (Bilag 4 ref. 99). Eller når værterne stædigt fastholder overfor den søvndrukne vinder, at hun er "helt ude af den over at have vundet" (bilag 4 ref. 439). På den måde udelukkes de negative forhold: At en ung pige som Frederikke er dødeligt syg og skal have kemobehandling, der formentligt yderligere giver hende stor utilpashed. Det samme kontrolprincip kommer til udtryk, da en patient og en knoglemarvsdonor interviewes. Her udelukkes det barske forhold, at der er lavet et indgreb i en knoglemarvsdonor, som har været smertefuldt for ham, og i overensstemmelse med det sidste eksempel affærdiges det negative forhold.

Desuden ser vi overordnet, at værternes adfærd stemmer meget overens med den tidligere beskrevne diskurs om Positive Thinking. For eksempel ytrer Puk Elgaard "Der er faktisk ikke noget sted jeg hellere ville være end her, fordi der er dejlig varmt og masser af omsorg i luften" (bilag 4 ref. 378), eller da værten Morten Ankerdal har kigget på en af de førmtalte papirspøser med skrift og henvender sig til sin medvært Louise Wolff og siger: "Jeg tænker, at Silas har klaret den, tænker du det ikke sådan" hvortil Wolff med slet tøvende stemme svarer: "... Nåeh, hvor fint. Jo. HELT sikkert" (bilag 4 ref. 41). Eller som tidligere nævnt da Mikkil Beha siger til patienten Frederikke "Ej, du ser meget sød ud, så det skal du ikke være ked af" (bilag 4 ref. 35) på trods af, at det aldrig har været på tale, at hun ikke skulle se sød ud eller være ked af det.

Desuden ser vi også, at værterne i høj grad søger at disciplinere de, der deltager i interviews under programmet, herunder da Mikkil Beha interviewer en kvinde, der for nyligt mistede sin mand, der døde af demens, og hun efterfølgende fik konstateret kræft: "Der sker jo ting i livet, Rita, hvor man skal lære nye ting. Du har lært at passe på Åge, nu skal du til at lære det der med at tage imod hjælp" (bilag 4 ref. 405). Kvinden i programmet er noget ældre end Mikkil Krüger, og vi antager, at de ikke kender hinanden og derfor virker det påtrængende, at han rådgiver hende i, hvordan hun skal bære sig fremadrettet. Vi ser dette i forbindelse med, hvad vi nævnte tidligere, netop at det irrationelle bliver rationelt, at Mikkil Krüger formentlig ikke har et ret godt kendskab til Rita, men alligevel forholder sig til hende, som han har.

Værterne udviser en dominerende adfærd, vi anskuer, medvirker til at disciplinere dem, de interviewer. Denne disciplinering kan i flere sammenhænge tolkes som et magtinstrument, der fastsætter normative ideer om, hvordan særligt patienterne *bør* handle (kæmpe), hvilket implicerer, hvordan de skal føle og tænke: nemlig positivt. Dette kontrollerende princip har altså den effekt, at både seere, værter og deltagere bliver fastholdt i Positive Thinking.

DISNEYZATION

Alan Bryman videreudvikler sin teori på baggrund af blandt andet McDonaldization. Disneyization adskiller sig dog, da denne i mindre grad er forankret i rationalistisk tænkning, men snarere forbrugerrettet, hvor rationalismen er til stede, men skjult i forbruget. Bryman er optaget af de mekanismer, der får mennesket til at forbruge og skriver, at: "There are different aspects to this current of thought, not the least of which is that it encapsulates both the propensity of people to respond to goods and services in terms of sign value and the conscious manipulation of signs by the suppliers of goods and services." (Bryman 1999:41). Det betyder således, at Bryman forstår principperne bag Disney som nogle, der virker som et aktivt manipulationsredskab. Han beskriver, hvordan Disneys brand og Disneys parker ikke alene eksisterer i afgrænsede områder, men derimod vinder principperne indpas i forbrugerismens øvrige domæner og tilpasser sit væsen derefter (Bryman 1999:42).

Bryman deler analysen i fire *trends*: 1. Tematisering, 2. Maskering af forbrug, 3. Merchandising 4. Emotionelt Arbejde (Bryman 1999:29). Disse vil vi i det følgende undersøge i forhold til Knæk Cancer-showet.

Tematisering beskriver, hvordan Disneyforlystelsesparkerne benytter sig af tematiseringer til at skabe en fuldkommen oplevelse. Førhen var en forlystelsespark blot en park med forlystelsesfaciliteter, der ikke havde tematisk relation til hinanden, som man kender fra for eksempel Tivoli i Danmark. Ved at give forlystelserne og hele parken temaer, blev parken i højere grad en samlet orden, hvor der appelleres til, at kunderne skal lege sig ind i "universet". Særligt fik Walt Disney tilrettelagt parken sådan, at det særligt appellerede til de voksne besøgende, om hvilket Bryman skriver: "In fact, he was more than successful in this regard, because the ratio of adults to children visiting the parks has been estimated at 4:1." (Bryman 1999:31).

Tendensen med at anvende tematiseringer er ikke unik for Disneys parker, men kan også ses ved restauranter fx *Hard Rock Cafe* og hoteller, især i Las Vegas, hvor hotellerne har temaer, eksempelvis *Caesars Palace*, hvor indretningen er inspireret af det gamle romerrige herunder store søjler, skulpturer, statuer osv. (Ibid:30). Tematisering af forlystelserne er i sig

selv hverken originalt eller unikt for Disney, men det, at parkens attraktioner sammen med parken og brandets yderligere indhold indpasser i samme tema, gør, at tematisering er et vigtigt element i disneyzation (Ibid:33). Tematisering skaber en sammenhæng i oplevelsen, der gør, at når en bestemt forlystelse er overstået, så befinder den besøgende sig fortsat i det univers, tematiseringen skaber, hvilket er ganske strategisk: "Within a particular land, intrusions and distractions from the theme are minimised so the visitor becomes immersed in its atmosphere." (Bryman 1999:32).

I Knæk Cancer-showet er temaet positivt og festligt. Værterne har meget flot nærmest gal-la-lignende tøj på og er smilende og grinende. Desuden viser det sig festligt, når for eksempel Suspekt giver en koncert, eller Medina fortæller om sit "universelle budskab" (bilag 4 ref. 42). Lydbilledet bidrager også til tematisering, da det som tidligere beskrevet er konstrueret på en måde, der understøtter den visuelle fortælling. Desuden er der indlagt forskellige tematikker i showet for eksempel call-centeret, "Kassemestrene", der sidder ved et bord og løbende skal berette om hvor meget, der er indsamlet osv. Der er også sketches, der for eksempel handler om en mand, der deltager i bankospil, og da han vinder bliver han overstadisk glad, hælder en champagne ned af sig selv og hujer (bilag 4 ref. 66). Ofte præsenteres konkurrencer om biler eller rejser, og det foranlediger, at musikken bliver mere 'up-beat' og festlig.

Kontinuerligt er der en virtuel bjælke, hvorpå der står Knæk Cancer og donationsmetoder, som understøtter tematikken og skaber en sammenhæng i det ellers relativt sammensatte program. Der anvendes hyppigt den samme jingle, for eksempel når det indsamlede beløb offentliggøres, hvilket vi også tilskriver et tematisk træk.

Bryman forklarer, at maskering af forbruget handler om, hvordan Disneys forlystelsesparker skjuler deres salgsvare ved at indlejre dem som del af oplevelsen ved at være en del af temaet, som beskrevet ovenfor (Ibid:34). Ofte vil der for eksempel i forlængelse af forlystelsernes udgang være en lille forretning, gæsterne er nødsaget til at gå igennem, hvor varerne er i samme temakategori som selve forlystelsen. Bryman skriver, hvordan flere ser denne trend som værende forlystelsesparkernes formål og hovedindkomst. Det drejer sig således ikke om billetindtægt alene, men især også om hvordan Disney strategisk kan få de besøgende til at forbruge, uden at forbrugeren bemærker det (Ibid:34). Det kan også dreje sig om at få taget et fotografi efter at have været i en rutschebane, købe mad og drikke på stedet (i en temarestaurant) eller køb af souvenirs.

Undervejs i showet ytres det ofte, at man skal "blive ved med at donere" (fx bilag 4

ref:7;8;10;11;14) og efter sketches, hvor en person overstadisk hælder champagne ned af sig selv efter at have vundet i banko eller latterliggør sine venner, fordi han vandt i et brætspil. Der bringes mange gange opfordringer fra en overvoice i forbindelse med en konkurrencerne: "Ja, det er dejligt at vinde, men du kan også vælge at deltage i noget, der giver mere igen" (bilag 4 ref. 67;106) samt Felix Smith, der siger "Det er dejligt at give noget til velgørenhed, men det er også dejligt at få noget tilbage" (bilag 4 ref:351). De skjulte salgsvarer kan forstås som det, at forbruget maskeres som en donation, fordi man gennem donationen opnår et "lod" til at vinde en bil eller en rejse.

Det tredje tema, merchandising, beskriver Bryman med, hvordan Disney gennem tiden, også i tiden før Disneys forlystelsesparker, har benyttet sig af merchandise. Om trenden beskriver Bryman, hvordan en virksomhed gennem sit brand sælger andre produkter udover deres hovedprodukt. For Disneys vedkommende er det særligt legetøj, men også høj grad andre varer eksempelvis kuglepenne og påklædning. Merchandising-fænomenet har bredt sig til andre industrier, heriblandt nævnes igen *Hard Rock Cafe*, hvor deres t-shirts især er populære: "including the ubiquitous tee-shirt which simultaneously informs where wearers have been on their holidays and acts as literally a walking advertisement for the chain." (Bryman 1999:38), hvilket således kan bidrage til, at endnu flere ønsker at besøge det pågældende sted.

Merchandising gør sig også gældende i relation til Knæk Cancer. Det er muligt at købe forskellige effekter, t-shirts, kuglepenne, smykker osv., hvor logoet tydeligt fremgår. Effekterne kan købes både på deres hjemmeside samt i de butikker, der fører Allermedier (som har produceret produkterne). Desuden har de samarbejdspartnere herunder Boozt.com, som har designet en t-shirt, der kan købes på deres hjemmeside – også med et tydeligt logo på. Desuden kan man som tidligere nævnt installere deres emblem på sin Facebookprofil. Dette kan ses som analogt til det forhold, som Bryman beskriver om, at det får mennesket til at virke "[...] as literally a walking advertisement for the chain." (Ibid).

Bryman forklarer endvidere emotionelt arbejde, som definerer, hvordan arbejdet formes for ansatte i Disney forlystelsesparker. Gæsterne skal få en oplevelse af, at de ansatte nyder deres arbejde i parken, og ligeledes er det vigtigt for arbejdsgiveren, at de ansatte er stolte over det arbejde, de udfører. Disney har skabt uddannelsesforløb for nyansatte, hvor de lærer, hvordan de med et smil håndterer større grupper af mennesker, og om vigtigheden af deres fremtræden (Bryman 1999:41). Denne udvikling af Disney forlystelsesparkernes personale var atter et opgør med de forlystelsesparker Walt Disney kendte fra sin barndom, hvor per-

sonalet alene udførte deres arbejde, betjente maskiner osv. Effekten er, at de besøgende inviteres til interaktion med de ansatte og måske aner en følelsesmæssig tilknytning: Således tjener emotionelt arbejde både det formål, at forbrugeren føler sig tilknyttet til personalet og desuden slet ikke mindes om, at den pågældende arbejder. Det vil sige, at den arbejdende befinder sig i den funktion for at tjene til egen livsopretholdelse. Men i det at forbrugeren ikke mindes om, at de ansatte er der for at tjene penge, kan de derfor bekymringsfrit fortsætte deres færd – og forbrug (Bryman 1999:43).

Det kan anskues som emotionelt arbejde, at værterne, de kendte eller andre deltagere er glade, flot påklædte og i det hele taget optræder som en del af dette Knæk Cancer-univers og altså fastholder og fremhæver den positive tilgang til sygdommen. Som seer får man ikke en fornemmelse af, at de rent faktisk er på arbejde. Det viser sig for eksempel indledningsvist i showet, da Mikkel Beha henvender sig til sine medværter og siger: "Kom så, lad os SÅ få knækket den cancer" (bilag 4 ref.3). Dette giver en fornemmelse af, at værterne selv står bag denne begivenhed eller i det hele taget er dybt involveret i sagen, men i og med at de læser op fra manuskripter, er det ikke "deres tunge", men formentlig en af tilrettelæggerne bag. Hvorvidt de selv er en del af for eksempelvis frivilligt arbejde i Knæk Cancer-regi er svært at sige, men aflønningen af værterne sker formentlig i TV2-regi.

Som vi viste i foregående afsnit, er det særligt *kampen* og de følelsesladede fortællinger herom, der gør sig gældende i showet. Der stilles ikke spørgsmål til for eksempel, hvad donationerne egentligt går til, eller hvordan pengene forvaltes, hvilke fremskridt i forskningen donationerne fra tidligere shows har medført eller lignende. Det strukturerende princip synes forankret i fortællingen om, at seeren bør yde et bidrag til kampen, men mere specifikt bliver det sjældent. Derfor synes det som om, at det rationelle valg er at indgå i denne kamp, men vi fortolker denne opfordring på baggrund af følelsesladede historier, hvilket vi ser som en opfordring til at lade sig indleje i dette "univers". Dette kan også ses som en skjult købsopfordring: Hvis du vil være en af dem, der "kæmper med" eller "står sammen" i dette univers, må du betale.

Vareliggørelsen er ekspliciteret blandt andet ved det forhold, at en donation kan omsættes til en rejse eller en bil, altså som en art omvendt filantrokapitalisme som forklaret tidligere.

Det kan også anskues således, at de medvirkende patienter, pårørende, værter og kendte alle bidrager til en vareliggørelse af sig selv: Den kendte kan man ringe ind og tale med, værterne der deltager mere eller mindre kunstigt i forskellige aktiviteter og patienterne,

der opfordrer seerne til at yde bidrag. Det synes som om, at seerne med deres donationer "knækker" en lille smule af sygdommen hver gang, de donerer; som om at donationen er lig en smule "knæk".

Dette synes også tilfældet i forlængelse af maskering af forbruget altså den skjulte salgsvare, for varen synes komplet maskeret som en donation, og det forstås formentlig ikke som forbrug. Yderligere kan der tolkes biprodukter af varetransaktionen: Hvis seeren ringer for at støtte, får hun mulighed for at tale med en kendt person, eller hvis en virksomhed støtter med et større beløb, bliver det vist på en grafisk bjælke på skærmen, hvilket altså giver eksponering.

OPSAMLING PÅ ANALYSE

Opsummerende har vi vist, at Disneyzation og McDonalization er abstrakte organiseringsprincipper, der fastholder forbrugeren i forbruget blandt andet gennem effektivitet og forudsigelighed eller gennem strategiske konstruktioner som for eksempel tematisering og emotionelt arbejde. Samme funktioner, mener vi, i højere eller mindre grad gør sig gældende i forhold til Knæk Cancer-showet, som beskrevet ovenfor. Det er interessant, at Knæk Cancer-showet i sig selv både er forankret i rationalistiske mønstre, samtidigt med at showet synes helt at maskere forbruget. For såfremt at seerne efter showet analogt med McDonalization har en fornemmelse af at have haft en god oplevelse – og måske endda været bidragende til at "knække" en lille smule cancer, kan vi ud fra principperne om McDonalization og Disneyzation forstå, at Knæk Cancer opererer ud fra nogle virkemidler, der fremmer forbruget, og gør dette til en god oplevelse, så det ikke forstås som forbrug.

Som skrevet tidligere vurderer vi, at Knæk Cancer ikke er en enestående begivenhed, den er ej heller hverken original eller særegen i dets form, snarere er den lig andre underholdningsprogrammer. Derfor ønsker vi med afsæt i forbrugerteorien Disneyzation at undersøge og måske nærme os en af årsagerne til, at der i flere perioder var over 800.000, der så med, og at der var så mange private, der valgte at donere penge – og hvorfor det overhovedet tiltaler så mange at installere et emblem på deres Facebookside. Dette ønsker vi i det følgende at undersøge med afsæt i Guy Debords idé om "La société du spectacle"

SPEKTAKLET

Den franske filosof Guy Debords hovedværk "La société du spectacle" (1967) kan på dansk oversættes til "skuespilsamfundet". Denne oversættelse er interessant fordi *spectacle* også kan oversættes til et show eller en *performance*, der vises i tv eller radio altså underholdning. Desuden er der i den danske oversættelse tale om en dobbeltbetydning, nemlig den at samfundet er lig et skuespil med særlig vægt på "skue", da mennesket er meget optaget af, hvordan andre ser dem. Derved er der tale om et skuespil, hvor mennesker både er aktører og tilskuere.

Debord, som er inspireret af marxismen, forklarer, at samfundet er blevet et (skue)spil, der bliver defineret ud fra en kapitalistisk varefetichisme, hvor varerne er styrende for den sociale relation, og relationen mellem mennesker uden varernes indtræden ophører. Samfundet bliver et skuespil, hvor den enkelte spiller en veldefineret, afgrænset rolle. Men Debord tillægger også spektaklet en selvstændig funktion, og derfor vil vi i det følgende anvende begrebet spektakel frem for skuespilsamfund.

Debord skriver: "I de samfund, hvor de moderne produktionsbetingelser hersker, viser hele livet sig som en uhyre ophobning af *skuespil*. Al direkte oplevelse har fortonet sig i en forestilling" (Debord 1967:10). Spektaklet opstår som resultat af produktionsbetingelsernes fremmedgørende funktion, som viser sig ved det forhold, at "mennesket er adskilt fra sit produkt [...] i jo højere grad dets liv nu er dets produkt, i jo højere grad er det adskilt fra sit liv" (Ibid:23). Det vil sige, at Debord beskriver et samfund, hvor spektaklet er altoverskyggende, og hvor kapitalismen hersker i kraft af spektaklet, som indebærer en fremmedgørende funktion.

Dette samfund kan forstås som en form for pseudo-samfund i den forstand, at det er et samfund, der foregiver sig at være noget i stedet for blot at være. Derved skaber spektaklet en "[...] autonomous movement of non-life." (Debord 1995:12). Spektaklet har på mange måder overtaget selve samfundsfunktionen forstået på den måde, at det er spektaklet, der skaber produktion, og det affødes selv af produktion: "[...] it is the very heart of society's real unreality" (Ibid:13). Spektaklet er med andre ord virkeligheden, der skaber en uvirkelighed, som distancerer mennesket fra, at der skulle være noget mere sandt eller i det hele taget noget bagvedliggende. De valg, mennesket træffer, er valg, der allerede er afgjort, da den eneste handlemulighed, mennesket har, er at forbruge, hvilket altså er spektaklets eksistens (Ibid).

Præmissen er åbenlys i Knæk Cancer-showet, da det tydeligt er et underholdningsprogram, som beskrevet i det foregående. Det synes alligevel at afspejle en virkelig repræsentation

af kræftpatienter, som er båret af en positiv diskurs. Samtidigt præsenteres seeren ikke for reelle relationer mellem mennesker: Værterne spørger for eksempel ikke ind til patienterne af egen interesse, men snarere fordi de er på arbejde, hvilket betyder, at det formentligt er nogle tilrettelæggere, der har bestemt, at de skal tale med de personer, der indgår i showet – og udvalgt netop disse interviewpersoner. Som vi tidligere har vist, fungerer Knæk Cancer som et strukturerende princip om en fortælling, der drejer sig om Positive Thinking i relation til kræft. Denne repræsentation af kræft synes som en åbenlys “real unreality”, da sygdommen i sig selv og behandlingen af denne indebærer en lang række skadelige og negative konsekvenser for den enkelte. Derfor bekræfter denne teori vores ovenstående analyse af, at showet indebærer en fremmedgørelse af muligheden for at skabe relationer mellem mennesker – og måske endda påvirker seerne til at mene, at patienterne blot bør *kæmpe* endnu mere.

SEPARATIONEN

Debord skriver, at i takt med globaliseringen fremmes denne tendens: Verdensbefolkningen spredes og isoleres, i takt med produktionsvirksomhederne vinder fortsat indpas, hvilket betyder, at spektaklet samler den enkelte om forbrug, om hvilket han skriver: “Efterhånden som behovet bliver en samfundsmæssig drøm, bliver drømmen et behov. Skuespillet er det moderne lænkede samfunds onde drøm, som til sidst kun udtrykker dets ønske om søvn. Skuespillet er vogteren af denne søvn” (Ibid:17). Debord udtrykker en teori om, hvad der måske kan sammenlignes med den kreative kapitalisme, der dog virker mere snedig og subtil, fordi den er allestedsværende: Den er blevet et eksisterende vilkår snarere end en bevidst strategi.

“I skuespillet *forestiller* en del af verden sig for verden og er den overlegen [...] det eneste, der knytter tilskuerne sammen er en irreversibel relation til selve det center, som opretholder deres isolation. Skuespillet forener det adskilte, men det forener det *qua adskilt*” (Ibid:21).

Debord beskriver, hvordan separationen skaber en dualitet i verden, hvor der på den ene side er det billedlige, altså hvad der kommer til udtryk i samfundet, den ‘virkelighed’ vi lever i, og bag ved denne er en mere virkelig virkelighed, men denne er skjult af spektaklet. Spektaklet forbinder mennesket i det billedlige altså forestillingerne, hvilket betyder, at det virkelige bliver “efterladt” (Ibid:12). Herved skabes, hvad Debord kalder en ensom masse, et folk, der står sammen om at være alene (Ibid:21). I relation til Knæk Cancer kan dette måske anvendes som et eksempel: Familien sidder samlet om TV’et hjemme i stuen samlet om at forbruge af dette massemedie, men uden at komme hinanden ved.

Debord skriver, at al bevidsthed samles om spektaklet som centrum for opmærksomhed. Opmærksomheden bliver isoleret fra alt andet end spektaklet, og derved skabes der en falsk bevidsthed, om hvad der virkeligt (Ibid:10). I relation til vores tidligere analyse af vores identificerede diskurser kan dette anskues på den måde, at diskursen egentlig har funktion som et instrument, der ikke alene har til formål at tiltrække opmærksomhed, men snarere at skabe en falsk bevidsthed om, at deres fremstilling af kræft er den eneste sande. Det betyder derfor, at Knæk Cancer i sig selv er et svar eller den eneste løsning på, hvordan "canceren kan knækkes". Som beskrevet ovenfor efterlades det 'virkelige' i en abstrakt idé om for eksempel forskning, som kun berøres populærvidenskabeligt. Det behov, der vækkes, er snarere en samfundsmæssig drøm om at samles om forbrug: Lodder i en konkurrence om en bil eller en rejse og ækvivalent står den gode gerning – at knække cancer. Derved ser vi, at ønsket om virkeligt at ønske at "løse kræftens gåde" forskydes ind i et (ensomt) forbrug.

Netop separationen er grundstenen for spektaklet, som Debord skriver: "SEPARATION IS THE alpha and omega of the spectacle." (Debord 1995:20). Separationen er vigtig, da menneskets fokus bliver rettet mod, hvad spektaklet bestemmer, hvilket vil sige på produktion: Herunder hvordan man viser sig for andre, og for at tage sig godt ud skal man købe mere, og for at købe mere skal man i den kapitalistiske orden naturligvis producere mere (Ibid:20-21). Dette fastholder mennesket som en del af den ensomme masse. Derved kan det forstås således, at de seere, der vælger at sende penge til Knæk Cancer-showet, indlejres i den kapitalistiske orden og bliver følgelig separeret yderligere.

Individets forståelse af sig selv bliver et begær efter, hvad spektaklet præsenterer som muligheder. Derved bliver individet et individ, der ikke er sig selv, fordi det ikke ser sig selv, men kun ser muligheden for, hvad det kan vise sig som for andre. Debord skriver: "The spectator feels at home nowhere, for the spectacle is everywhere." (Debord 1995:23). Spektaklet kan derved anskues både som en ydre barriere og som en integreret del af mennesket.

Debord forklarer dette som en (indre) konflikt, der er skabt i det herskende, økonomiske system: "THE GENERALIZED SEPARATION of worker and product has spelled the end of any comprehensive view of the job done" (Ibid:21). Separationen er altså grundlæggende for den kapitalistiske orden, hvor adskillelsen af et produkt og arbejdet bag føder et økonomisk system og derved classesamfundet (Ibid).

Debord beskriver spektaklet analogt med religion, da det har overtaget den plads, som religionen tidligere besad som noget styrende eller korrigerende fra en verden hinsides, og hermed ikke forstås, at spektaklet er noget guddommeligt, men den plads det guddommelige

havde blandt mennesker har spektaklet overtaget. Spektaklets form er dog paradoksalt, fordi magten, som spektaklet har overtaget, er konstrueret af mennesket og samtidigt fremstår den som den eneste sande verden "[...] but finds its place instead within material life itself." (Ibid:21). Dette gør separationen *perfekt*, da den ikke er et udefrakommende, guddommeligt væsen, men noget, der ikke alene er strategisk frembragt, men efterhånden noget, der er iboende mennesket selv.

I overensstemmelse med Thorups beskrivelse af filantrokapitalisme virker spektaklet gennem positivitet: "Everything that appears is good; whatever is good will appear." (Debord 1972:15). Det betyder, at spektaklet blot behøver en passiv accept af dets tilstedeværelse, som den allerede har opnået (Debord 1972:14). Debord betegner den derfor som tautologisk, da dens udgangspunkt er identisk med dens mål: "its means and its ends are identical. It is the sun that never sets on the empire of modern passivity. It covers the entire globe, basking in the perpetual warmth of its own glory." (Debord 1995:15). Målet for spektaklet er at opretholde gældende produktionsforhold, og midlet har samme funktion: Gennem forbrug. Spektaklet er målet, og spektaklet er på en og samme tid midlet. Spektaklet skal med andre ord forstås som en kapitalistisk mekanisme, der ikke vil andet end at reproducere og udvikle sig selv (Ibid). Derved kan man sige, at varen udgør skuespillet, som er blevet menneskets stedfortræder. Debord forklarer endvidere, at spektaklet ikke er en samling af billeder, men "[...] it is a social relationship between people that is mediated by images." (Ibid:12). Det betyder, at spektaklet defineres som en relationel, billedlig mediation mellem mennesker, og at der ikke viser sig noget bagvedliggende eller et alternativ. Derved forstærkes vores hypotese om de repræsentationer, der gør sig gældende i forhold til Knæk Cancer-showet: De er udtryk for at vareliggøre mennesket. Uanset om det er den enkelte patient, der interviewes i showet, værterne eller sågar seerne, alle har en funktion i forhold til at opretholde den kapitalistiske orden, uanset om det er gennem produktionen eller varekøbet. Med dette forstås, at Knæk Cancer er som et spektakel, der opretholdes i dets funktion ved først og fremmest at anvende mennesker, som indgår i showet som objekter for sagen. Dialogerne med patienterne for eksempel er ikke reelle, da de er konstrueret i et på forhånd skrevet manuskript og tilsyneladende indøvede. Værterne er objekter i spektaklet, fordi deres funktion alene kan forstås som en opretholdelse af den orden, tilrettelæggerne ønsker at frembringe. Værterne påpeger selv samme undervejs, for eksempel da Peter Frödin henvender sig til Felix Smith i humoristisk toneleje og spørger "Der er ikke nogen, der har budt på Louise endnu?" (bilag 4 ref. 6) eller på et senere tidspunkt, da Felix Smith siger, "Man kunne også sælge Peter [Frödin] på nettet" (bilag 4 ref. 356).

Desuden kan man anskue den store seerkapacitet i sig selv som en vare, som virksomheder kan påvirke til at blive potentielle forbrugere, for de virksomheder, der donerer over 5000 kroner, får vist deres logo på skærmen. Dette anskuer vi med det formål at reklamere med virksomheden: Det betyder derfor, at virksomhederne køber eksponering (for at påvirke seerne), og TV2 sælger adgangen til at reklamere for seerne.

Debord skriver endvidere: "The language of the spectacle is composed of signs of the dominant organization of production – signs which are at the same time the ultimate end-products of that organization." (Debord 1995:13). Der er altså tale om et produktionssystem, der reproducerer sig selv gennem tegn, da programmet i sig selv er skabt af et produktionsselskab, som forvalter produkter, hvilket betyder, at donationerne også kan forstås som et produkt eller en vare.

Debord forklarer, at det ikke længere handler om, hvad man har, men det handler om ens fremtrædelse, ens "*appearance*". (Ibid:16). Debord udvikler derfor på den marxistiske tese, netop at varefetichismen har gjort sådan, at "være" er blevet reduceret til at "have", hvor Debord tilføjer, at det at have er forbundet med en prestige, derfor bliver det til at fremstå, hvilket er kendetegnende for skuespilsamfundet.

Denne bevægelse mener vi værende i overensstemmelse med den bevægelse, vi forklarede i foregående del af specialet om Pedersens analyse af den Samfunds Økonomiske Forestilling, som tidligere handlede om at danne samfundets borgere til at blive moralske, politiske væsner til nu i stigende grad at være fokuseret på konkurrencemindede individer. Vi forstår det skift, som Debord beskriver som værende et skift fra, at mennesket før var et menneske, der definerede sig ud fra etiske og moralske overvejelser, til nu at være et menneske, der defineres ud fra, hvordan det fremstår, og denne forståelse kan ses i forbindelse med Pedersens diagnose af samfundet, netop hvordan den altoverskyggende faktor for, hvad vi som samfund gør, er ud fra et spørgsmål om økonomisk vækst og konkurrence.

Dette kommer til udtryk ved eksemplet ovenover, hvor vi i Knæk Cancer-showet kan se, hvordan man med en aktivitet såsom at installere et emblem på sin Facebookprofil eller købe en pin, man bærer på trøjen, viser omverdenen, at man ikke kun har doneret (hvilket ikke engang behøver at være tilfældet i forhold til Facebookemblemet). Man anvender med andre ord tegnet fra Knæk Cancer for at fremhæve sig selv. Ved at forstå Pedersen og Debord i forbindelse med hinanden har den økonomiske udvikling gjort, at samfundet er blevet til en konkurrence om, hvordan man *fremstår* som individ, hvor Knæk Cancer netop spiller en afgørende rolle, fordi det giver utrolig mange muligheder i form af donationer, pins og face-

book-emblemer for at fremstå som den mest godhjertede eller mest hjælpende. Og spektaklets præmis er netop, at denne fremstilling af sig selv er en fremstilling for spektaklet, det kan karikeres som en skønhedskonkurrence, hvor individerne på skift går en catwalk, og hvor de får mulighed for at vise, hvordan de forbruger.

Pedersens forståelse af, hvordan samfundet har ændret sig fra at være en velfærdsstat til at være en konkurrencestat, er som tidligere beskrevet ud fra et politisk-økonomisk princip, hvor det handler ikke længere om værdipolitik, men forvaltning af de offentlige midler ud fra et princip, hvor konkurrence som element er effektiviserende. Ved at forstå dette i forbindelse med Debord mener vi, at konkurrencen ikke bare er en konkurrence mellem politiske organer og virksomheder, men det er blevet til en konkurrence mellem mennesker. Og det er netop denne 'konkurrence', der får lov til at udspille sig i Knæk Cancer-showet.

VAREN OG DENS FORHOLD TIL VERDEN

Varen beskriver Debord som værende fysisk som materialitet, vores sanser perciperer, samtidig med at det har nogle langt mere 'overnaturlige' aspekter i forhold til, hvordan det påvirker vores samfund (Debord 1995:26). Denne tilgang til varerne er inspireret af Marx' forståelse af, hvordan varen ændrer karakter i byttehandlen og bliver til bytteværdi, hvilket vi senere vil undersøge nærmere. Dette 'overnaturlige' aspekt er den forestilling, varen skaber om virkeligheden, altså den værdi varen tilegnes af mennesket efter perceptionen. Dette er varefetichismens princip, at en vare bliver tilegnet noget mere, end hvad den rent fysisk er (Ibid). Debord skriver, at forbrugersamfundet viser sig gennem separationen, da forbrugersamfundet skaber en kløft mellem mennesker i dets jagt på den 'overnaturlige' værdi, varerne fremtræder som havende (Ibid).

Debord ser, at spektaklet higer for at reproducere sig selv, og dette betyder, at kvaliteten forsvinder, og tilbage er der produkter af kvantitet (Ibid). Dette kommer af en udvikling, hvor håndværksmæssigt kvalitetsarbejde er blevet overtaget af effektiv produktion. Dette er altså en produktion, der skaber en overflod af varer, hvilket resulterer i, at det at arbejde ikke længere handler om at overleve for den enkelte. Produktionens overflod har gjort, at mennesket er efterladt i et tomrum, og dette tomrum har produktionen selv overtaget og derved skabt et forbrugersamfund (Ibid:27).

"The economy transforms the world, but it transforms it into a world of the economy" (ibid:29). Økonomiens udvikling gennem effektivitetsprincippet betyder altså, at vi (i vesten) ikke længere skal forholde os til overlevelse, men snarere på blot at forbruge, og derfor betegner Debord dette samfund "La société du spectacle". Debord beskriver, hvordan økonomiens forhold til arbejderklassen har ændret sig. Oprindeligt handlede det om at få mest

muligt ud af arbejderklassen i arbejdstiden, herunder effektivisering af de ansattes arbejdstid og energi. Denne tilgang til arbejderklassen har ændret sig, i takt med overfloden af varer er steget, og derfor har økonomien for at kunne fortsætte sin udvikling været nødsaget til at bringe arbejderklassen i spil og forandre deres rolle i en social kontekst, hvor de ikke kun er arbejdere, men også forbrugere. Dette kalder Debord "perfected denial of man" (Debord Ibid:30), altså menneskets "benægtelse" er komplet, da økonomien både har overtaget det professionelle og det private aspekt af livet.

For at spektaklet fortsat skulle kunne udvikle sig, må der altid være arbejde til mennesket for, at det kan forblive en forbruger. Automatisering og effektivisering i produktionen gør dette vanskeligt, da mængden af manuelt arbejde mindskes. Debord tolker derfor sådan, at stigende antal af ansættelser i servicebranchen og andet tertiært arbejde skyldes spektaklets ønske om at bibeholde mennesket i en rolle som forbruger, derfor er denne vandring af arbejdet naturlig for økonomiens udvikling (Ibid:31). Det betyder således, at Knæk Cancer ikke kan ses som et udtryk for barmhjertighed, begær eller noget helt tredje, det er blot spektaklets måde at holde mennesket i arbejde på og derved forblive med at forbruge. Dette sker i forlængelse af, hvad vi beskrev ovenover, netop at individerne viser sig frem for hinanden i konkurrencen om, hvem der *fremstår* bedst. I og med at fremtrædelsen er resultatet af ens forbrug, er man som individ nødsaget til at forbruge for at være med i konkurrencen.

OPSAMLING PÅ SPECIALETS ANDEN DEL

Vi har i ovenstående undersøgelse forsøgt at gøre det skjulte åbenlyst. Ud fra McDonaldization og Disneyizations rationaliseringsprincipper har vi identificeret, at dette synes at være i overensstemmelse med den måde, Knæk Cancer forvalter programtiden på, og som de strukturerende mekanismer, der gør programmet i sig selv særligt effektivt. Desuden synes det som om, at de diskursive kampe, der pågår, handler om andet, end hvordan kræften i klinisk betydning viser sig og de negative følger af sygdommen. I kliniske termer defineres denne: "betegnelsen cancer anvendes i moderne sprogbrug om alle ondartede svulster: karcinomer, sarkonoma, maligne lymfer o.a. [...] cancercellen [har] evnen til invasiv vækst og metastasering. Ubehandlet vil de fleste cancertyper medføre døden" (Klinisk Ordbog 2005:192). Men denne videnskabelige forståelse af kræft oplever vi slet ikke i showet, men kræft bliver nærmere fremvist som en festlig begivenhed, en feminin gave eller som noget, der kan og skal "knækkes".

Derfor mener vi, at selvom teamet for denne begivenhed sprogligt lægger sig op til at handle om kræft, synes begivenheden som sådan ikke at handle om kræftsygdommen – det kun-

ne handle om hvilken som helst anden sygdom. Det bygger vi på den formålsbeskrivelse, Kræftens Bekæmpelse selv har formuleret og på vores efterfølgende undersøgelser. Snarere forstår vi, at denne lægger sig op af en markedsliggørelse af de mennesker, der interagerer i showet: Både de, der optræder direkte i showet, men også seerne og øvrige, der deltager i programmet. Forbruget bliver altså skjult i showet i lighed med Brymans teori. Derved kan showet i sig selv læses som et forsøg på at kontrollere menneskets sindelag forstået på den måde, at den konstruktion, vi har beskrevet, er fuldkommen maskeret i en festlig begivenhed, ligesom triste stemninger, der ikke er direkte forbundet med sygdommens faktuelle konsekvenser.

For kort at vende tilbage til den indledende beskrivelse af Knæk Cancer har vi beskrevet, at showet i lange perioder havde over 800.000 seere, og der blev indsamlet over 147. mio. Showet ligner som tidligere beskrevet mange af de øvrige underholdningsprogrammer på TV2 og i det hele taget øvrige indsamlingsshows på andre kanaler.

Alligevel synes det vanskeligt at beskrive det diskursive net, der udgør showet som et hele, simpelthen fordi det først og fremmest er funderet i et støjende show, og der synes ikke at eksistere en reel mening bag de mange forskelligartede diskurser eller egentlig sammenhæng mellem dem. Showet består af musik, dans, underholdning samt emotionelle og personlige fortællinger fra personer, der enten lider af kræft, har haft kræft, lider af senfølger eller kender nogen, der har kræft. Samtidig med alle disse underholdningselementer bliver vi som seere og som danskere opfordret til at tage del i programmet ved at donere eller lave billedlige fortolkninger af Knæk Cancer-blomsten.

Hele showet handler sprogligt om kræft, hvilket er udgangspunktet for showets narrativ. Men det er som om, at når showet ikke bare er 'show' altså underholdning, manifesterer det sig ved, hvordan man som seer kan bidrage, og der skabes ikke viden om, hvordan seerens bidrag virker. Det er som om, at når seeren har bidraget, så behøver vedkommende ikke at handle yderligere, hvilket netop vidner om, hvordan spektaklet fungerer: Spektaklet har ikke brug for at knække cancer, det har kun behov for, at vi som mennesker fremstår som nogle, der er med til at knække cancer.

I det følgende ønsker vi at vende blikket kritisk mod det, vi allerede har præsenteret med det formål at gøre det åbenlyse tvivlsomt. Vi vil kort opridses det metodiske udgangspunkt, inden vi fortsætter analysen.

**MAKING
THE OBVIOUS
DUBIOUS**

AT GØRE DET ÅBENLYSE TVIVLSOMT

I den foregående undersøgelse viste vi nogle af de mest fremtrædende diskurser eller meningsdannelser i showet. I relation til Brinkmanns metode, som vedrører at gøre det "obvious dubious", skriver han med reference til et 'hverdagstema'. Han citerer Annemarie Mol, som har undersøgt dét at spise et æble:

"Take: *I eat an apple*. Is the agency in the *I* or in the *apple*? I eat, for sure, but without apples before long there would be no 'I' left. And it is even more complicated. For how to separate us out to begin with, the apple and me? One moment, this may be possible: here is the apple, there I am. But a little later (bite, chew, swallow) I have become (made out of) apple; while the apple is (a part of) me. *Transsubstantiation*. What about that for a model to think with?" (Brinkmann 2012:29).

Mol undersøger altså den 'almindelige' handling, det er at spise et æble ud fra en idé om, at denne handling medfører en art symbiose af subjekt og objekt: Selv en triviell hverdags-handling kan med andre ord medføre en ændring af vores subjektivitet. Denne refererer hun endvidere til transsubstantiation med andre ord at gå til nadver, hvor vinen og brødet i 'virkeligheden' er Kristus legeme og blod, og ved indtagelse derfor bliver Kristus en del af det enkelte menneske.

Hvis denne analogi ikke alene tænkes som direkte indoptagelse, kan denne måske passende undersøges i forhold til det, der synes at foregå under Knæk Cancer-showet. Showet kan derfor endvidere ikke anskues som uskyldigt i den forstand, at der er en bagside af medaljen. Showet er ikke kun dette glansbillede af, hvordan Danmark "står sammen om at knække cancer", programmet medfører en ændring af subjektiviteten. Objekterne, der er anvendt i denne udsendelse, er skabt af et komplekst net af relationer: Lamperne, der hænger i loftet, gallakjolerne, stolene som gæsterne sidder på, mikrofonerne værterne har på osv. er produceret og handlet formentlig fra hele verden. Det samme gør sig også gældende for det symbolske net af relationer, som viser sig i showet, der i høj grad er lige så komplekst system som objekterne i rummet. Med Mols tænkning kan det forstås sådan, at alle parter, der på den ene eller anden måde interagerer i forhold til Knæk Cancer, indlejres i ikke alene en TV-simulation, men også en spektakulær intersubjektivistisk relation. Med afsæt i denne idé ønsker vi i det følgende at beskæftige os med, hvordan den intersubjektivistiske tradition kan anskues som et allestedsnærværende fænomen med afsæt i Jean Baudrillards tænkning.

TOM FORFØRELSE

I ovenstående afsnit beskrev vi, hvordan Debords tænkning er forankret i en forståelse af, hvordan spektaklet medvirker til at opretholde produktionsbetingelserne og er iboende kapitalismen. I modsætning til det bygger den franske filosof Jean Baudrillard på en radikal, postmodernistisk tænkning om, at det, der karakteriserer vor tid, er simulationer og hyperrealiteter og er optaget af, hvordan objekterne har indtaget den plads, der tidligere var subjektets. Vi vil i det følgende ikke alene søge at redegøre for Baudrillards mest omtalte teoridannelse, men også forsøge at skabe vores eget greb om hans tænkning for at undersøge Knæk Cancer.

Baudrillard indleder sin bog *Simulacra et Simulation* (1981) med et måske meget sigende modificeret citat for hans tænkning fra Prædikerens Bog: "The simulacrum is never what hides the truth - it is truth that hides the fact that there is none. The simulacrum is true" (Baudrillard 1981:3). Dette falske citat repræsenterer ideen om, at simulakret ikke gemmer noget, der er ingen sandhed bag fremtrædelsen, hvilket er den eneste sandhed. Det skal forstås sådan, at simulakrer er en art illustrativ repræsentation af organiseringer, der ikke henviser til noget bagvedliggende eller noget reelt: "Illusionen er ikke falsk, da den ikke benytter sig af falske tegn, men af meningsløse tegn" (Baudrillard 1983a:76). Simulakrer er organiseringer i simulationer, hvor det forstås sådan, at simulakraet har taget over, og der ikke længere kan skabes distinktioner mellem det sande og det falske. Det betyder for Baudrillard ikke, at det reelle sættes i stedet for det imaginære, han beskriver derimod: "[...] det udvisker sig selv til fordel for det, der er mere reelt end det reelle, det hyperreelle. Sandere end det sande: således fremstår simulationen" (Baudrillard 1983a:13).

Således er simulationen skaberen af "virkeligheden" som en totalrepræsentation af tegn, der ikke har reference: Kommunikationen har for eksempel ikke længere et bagvedliggende budskab, men eksisterer snarere som tegn, der peger på andre tegn i et ekstatisk, uendeligt forhold (Ibid: 10). Dette er det, der definerer simulationen: "Simulation is no longer that of a territory, a referential being or substance. It is the generation of a real without origin or reality: a hyperreal" (Baudrillard 1983:2). Det er derfor, at simulationen er mere virkelig end "det reelle", da forholdet mellem form og indhold er opløst (Baudrillard 1981:45). Kopien har med andre ord ikke længere en original.

Baudrillard har eksemplificeret det hyperreelle ved at hævde, at Golfkrigen aldrig fandt sted (1995) i en bog af samme navn (*La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*). Denne påstand må nødvendigvis forstås i sammenhæng med hans øvrige teoridannelse: Da tegn og mening er

opløst, mener Baudrillard, at vi sprogligt ikke kan forklare krigen, som vi kunne forklare og forstå krige inden denne opløsning. Krigen var ikke andet end en reklamekrig: "The war promote the media, the media promote the war" (Baudrillard 1995:31), med hvilket forstås, at der ikke fandtes en bagvedliggende, strategisk eller rationel hensigt med krigen. Dette forklarer Baudrillard:

"Non-war is characterised by the degenerate form of war which includes hostage manipulation and negotiation. Hostages and blackmail are the purest products of deterrence. The hostage has taken the place of the warrior. He has become the principal actor, the simulacral protagonist, or rather, in his pure inaction, the protagonist of non-war" (Ibid:24).

Derved må Baudrillards påstand altså ikke forstås som et forsøg på at negligere de faktiske, forfærdelige hændelser, der pågik under krigen, men snarere forstås fra den omkringliggende verdens optik. Han forklarer, i og med at verden fulgte krigen gennem massemedierne, blev alle taget som gidsler i krigen, der eksisterede uden en bagvedliggende mening. Dette, mener Baudrillard, er den virkelige forbrydelse, da ordet "krig" ikke længere knytter sig til en mening som tidligere, der er ingen reel mening bag. Han forklarer: "Everything is [...] transported into the virtual, and we are confronted with a virtual apocalypse, a hegemony ultimately much more dangerous than real apocalypse" (Ibid:27).

I forhold til Knæk Cancer-showet betyder det derfor, at vi som seere af programmet måske fornemmer, at vi indgår i en slags imaginær verden, vi kan træde ud af for at vende tilbage til den "virkelige verden": Knæk Cancer-showet fremstår som den ærlige og sande repræsentation af kræftens eksistens i sig selv, som bekræftes af dets opretholdte diskurser. For at opsummere disse: Kræften bør anskues som en gave, der pålægger den enkelte (patient) at se positivt på den og bevare et feminint udtryk, og som pålægger alle andre at forholde sig indenfor den nationalistiske, militante diskurs og derfor undertrykke de negative følger eller følelser, der opstår i forbindelse med sygdommen. Derfor må vi altså antage, at dette show jævnfør ovenstående forklaring om Baudrillards tese, må forstås som en hyperrealitet, hvorfor Baudrillards teori må anskues som en analyse af de abstrakte organiseringsprincipper, simulakret skaber, og hvordan mennesket forføres og tages som gidsler i simulationen. Men i og med at der ikke længere er noget bagvedliggende, hverken reference eller mening, er dette blot et slør. Derfor er det ikke længere relevant overhovedet at beskæftige sig med, at der i det hele taget skulle være noget bagvedliggende, at lede efter "meningen" (Ibid:4), ej heller i forhold til Knæk Cancer.

DISNEYS DOBBELTFUNKTION

Baudrillard formulerer derved en teori om det postmoderne som et episteme, der indeholder flydende tegn uden bagvedliggende realiteter. Dette har Baudrillard også beskæftiget sig med i forhold til Disney-parken:

"[...] Disneyland exists in order to hide that it is the "real" country, all of "real" America [...]. Disneyland is presented as imaginary in order to make us believe that the rest is real, whereas all of Los Angeles and the America that surrounds it are no longer real, but belong to the hyperreal order and to the order of simulation. It is no longer a question of a false representation of reality (ideology) but of concealing the fact that the real is no longer real, and thus of saving the reality principle." (Baudrillard 1981:10).

Dette skal forstås således, at Disneyland i sig selv opleves som en repræsentation eller som en åbenlys "ideologi", der er adskilt fra det reelle. Parken er konstrueret af simulationer, hvilket ikke betyder, at Disneyland skjuler en reel verden: Det betyder, at Disneyland *er* Los Angeles og har den ideologiske funktion at bekræfte menneskets tro på, at der i det omkringliggende samfund findes et sandt Amerika udenfor parken (Ibid:13) på samme vis, som Knæk Cancer-showet kan fremme denne fornemmelse.

Måden, simulakret virker på, er gennem forførelse. "Forførelsen er ikke knyttet til følelserne, men til fremtrædelsens skrøbelighed, den har ikke nogen model og den søger ingen form for frelse; den er altså amoralsk [...] den er afgjort pervers" (Baudrillard 1983a:111). Det betyder, at mennesket forføres ind i et spil af objekternes fremtrædelser, men da der ikke eksisterer en bagvedliggende mening, er denne afgjort perverteret.

Derfor har Disneyparken en dobbeltfunktion, en særlig orden af simulakrer. Disneyparken fremstår som et barnligt plastikland og forfører mennesket til at indleve sig, på samme tid bekræfter det, at der i verden udenfor parken er den "virkelige virkelighed". Men dette forstærker blot simulationen både i og udenfor parken, da der blot er tale om lukkede systemer af simulakrer med tegn uden reference. Disneylands funktion er derfor, at det forfører mennesket til at tro, at så snart mennesket forlader parken, da befinder det sig i "det virkelige": "It is no longer a question of a false representation of reality (ideology) but of concealing the fact that the real is no longer real, and thus of saving the reality principle." (Baudrillard 1981:10).

Disneyland eksisterer derved kun som hyperrealitet ved at referere til den oprindelige simulation hinsides parken, men da denne (også) blot er et system af simulakrer, da kan det

forstås således, at Disneyparken har til formål at forføre kunderne og at gøre dem til gidsler i det perverse spil.

Baudrillard betegner simulationen som "[...]superlativisk, positivt sublim takket være al den energi, den har indoptaget fra sit modstykke" (Baudrillard 1983a:11). Det betyder, at det falske indoptager alt fra sit modstykke, altså det sande, hvilket betyder, at meningen eller koblingen forsvinder. Det medfører, jævnfør Baudrillard, at:

"Denne effekt tenderer at blive vores eneste lidenskab i dag: den lidenskabelige hang til fordoblingen, til det opadstigende, til den potentielle vækst, til ekstasen, til en hvilken som helst kvalitet, når denne ophører med at forholde sig til sit modstykke" (Ibid).

Derfor eksisterer det sande ikke længere, men snarere det imaginære. Det betyder, at Disneyland nu er mere reelt (i dets imaginære konstruktion), end det omkringliggende samfund, da Disneyland nu engang er, hvad det udgiver sig for at være. Hvorimod det omkringliggende samfund ikke er andet end simulationer, der udgiver sig for at have en reel substans eller mening.

Vi ser Knæk Cancer i lighed med Disneyland, forstået på den måde at der gennem de forskellige simulakrer dannes hyperrealiteter. Det gælder for både Disneyland og Knæk Cancer, at de fremstår som åbenlyse, imaginære repræsentationer. Ud over at showet tydeligvis er iscenesat, gentages det også i 20% af tiden (som vist i foregående del af specialet), at showet er en konstruktion, som altså bekræftes af den kontinuerlige meddelelse om, hvad der netop er sket, hvad der skal ske osv. Desuden er showet struktureret omkring en masse forskelligartede aktiviteter, der ikke har nogen relation til hinanden. Med Baudrillards forklaring kan det også vise, hvorfor der var så mange, der så showet, hvorfor så mange installerede emblemet på deres Facebookside, og hvorfor så mange mennesker donerede penge til dette show: Det er alene, fordi vores lidenskab er funderet i trangen til den potentielle vækst. Det betyder derfor, at væksten sker alene for vækstens egen skyld, og dermed at objekterne har overtaget den sociale relations plads. Baudrillard retter en skarpladet kritik af Marx, hvilket kan forstås som følgende: Marx' projekt, der søgte at skabe frihed fra produktionsbetingelsernes fremmedgørelse. Marx forklarer:

"Consciousness can never be anything else than conscious existence, and the existence of men is their actual life-process. If in all ideology men and their circumstances appear upside-down as in a camera obscura, this phenomenon arises just as much from their historical

life-process as the inversion of objects on the retina does from their physical life-process" (Marx 2000:11).

Det betyder, at mennesket agerer og taler ud fra deres materielle levevilkår, og derfor mener han, at det er nødvendigt at omvende Hegels tænkning med den begrundelse, at historien udspringer af menneskelig praksis, og ikke som Hegel forklarede, at samfundet eksisterer i kraft af Ånden. Mens Hegel vil se på et samfund, som at nogle bestemte ideer sætter sig igennem, så så Marx samfundet som noget, der i bund og grund er resultat af menneskelig praksis, altså den måde vi gør tingene på: Vores materielle levevilkår. Marx forklarer, at det er produktionsbetingelserne, der skaber fremmedgørelsen, fordi varerne relaterer sig til hinanden og tilsidesætter de mellemmenneskelige relationer. Det betyder derfor for Marx, at mennesket kan frigøre sig fra netop disse vrangforestillinger, som han skriver afsluttende i Kapitalen: "Proletarer i alle lande, foren jer" (Marx & Engel 1848).

Baudrillard mener derimod, at det vil være en umulighed, for der er ikke noget at frigøre sig fra. Da tegn ikke længere har en reference, er en emancipatorisk idé umulig. Det betyder, at hvor Debord synes at tale om muligheden for at frigøre mennesket fra kapitalismen, er Baudrillard derimod determineret i sin forståelse qua objekternes forrang, som vi vil forklare mere indgående i det følgende.

OBJEKTERNES FORRANG

Baudrillard skriver om objektet: "Det er det, der henviser subjektet til dets dræbende gennemskuelighed. Og når det kan fascinere og forføre subjektet, er det netop, fordi det ikke stråler af en egen substans eller betydning. Det rene objekt er suverænt, fordi det er det, hvorpå den andens suverænitet brydes og fanges i sit eget bedrag" (Baudrillard 1983:129). Dette forklarer Baudrillard med, at objektet ikke (som subjektet) kan gribes af dets imaginære selv (spejlstadiet). Spejlstadiet er ifølge psykoanalysen den proces, der opstår, for eksempel når barnet opdager, at det er adskilt fra moderen, fordi det ser sig selv i et spejl eller spejler sig i en jævnaldrende. Dette skaber det spaltede subjekt, således at subjektet efterfølgende vil være i en dobbeltrolle mellem at være en tilskuer og at være agent. Baudrillards individbegreb knytter sig til en idé om, at subjektet ikke er spaltet, men snarere helet: "Det er ikke forførelsens duelfigur, der er mystisk, men rigtignok snarere den individuelle figur, der fremstiller subjektet som bytte for sit egetbegær eller på jagt efter sit eget billede" (Ibid:118).

Det betyder derfor, at objektet ikke kan indfanges i hverken andetheden eller fremmedgøres. Det vil derimod til alle tider bestå *som* spejlet for subjektet (Ibid), hvilket betyder, at objektet forfører subjektet med en "fatal skæbnestrategi" (Ibid:202). Med dette menes, at objektet har løsrevet sig i en egensfære, og det indtager – og overtager – subjektets position. Med dette læser vi, at Baudrillard forankrer sin teori i et ontologisk udgangspunkt som en radikal, abstrakt systemteori. Desto mere mennesket søger mening, desto mere vil det vikles ind i netværket af simulationer. I og med at der ikke længere er en original bag kopierne, må det betyde, at samfundet ikke længere er i stand til at skabe en kobling mellem tegn og mening, da muligheden for negering ikke er eksisterende (Ibid:15). Søgen efter meningen kalder han Hypervækst og sammenligner med kræftcellens "hypervitalitet i en eneste retning" (Ibid).

Det betyder, at Lars Løkke Rasmussen, der optræder i showet, fremstår som repræsentant for symbolet Knæk Cancer, som ophøjet simulakrum og altså som et objekt. Statsministeren agerer således ikke som et subjekt, der udtrykker en holdning, men snarere et objekt for "at knække cancer". Dette er ret interessant, da statsministeren blandt andet gik til valg med en ambition om at skabe nulvækst i den offentlige sektor (Regeringsgrundlaget [38]), og som tidligere beskrevet har en interesse i Kræftens Bekæmpelse, fordi deres aktiviteter kan mindske presset på statsfinanserne. Baudrillard skriver om objektets forrang, at:

"[...] akkurat som det sker med materiens partikler, hvis virkelighed kan betvivles radikalt, uden at dette forandrer noget ved sandsynligheden af deres adfærd. Bag denne "objektive" glasur af netværker og modeller, der tror at de opfanger dem, og hvor der bevæger sig et helt hold af forskere, analytikere, videnskabsfolk, iagttagere (samt politikere og mediefolk), løber der i "virkeligheden" en hel bølge af latterliggørelse, fordrejning og parodi, som består i *objektets egen* aktive udnyttelse og *parodiske iværksættelse af sin forsvindingsmåde!*" (Baudrillard 1983a:95).

Derfor bidrager Lars Løkke Rasmussens optræden i dette show ikke alene til egeneksposering, men bidrager som et ophævet simulakra til at sløre den manglende kobling mellem tegn og mening.

Opsamlende ser vi, at dette er i overensstemmelse med Mikkelt Thorups tænkning vedrørende filantrokapitalisme og virksomhedsfilantropi. Som han skriver: "Markedstilgangen til filantropi tilsiger, at man skal betragte filantropi som man ville betragte et marked: Hvad skaber mest påviselig, dokumenterbar effekt?" (Thorup 2012:207). Filantrokapitalismen

virker anti-politisk, og dette er muligvis, hvad der gør sig gældende, såfremt man læser Knæk Cancer som et symptom på en generel markedsliggørelse i samfundet, hvor man mener, at markeds kræfterne bedre end politiske interventioner kan skabe retfærdighed. Derfor er det måske heller ikke bemærkelsesværdigt, at landets statsminister fra "Danmarks Liberale parti" stiller sig frem og intervenserer dette show. Thorup skriver endvidere: "Det får ofte en lattervækkende karakter, når berømtheder tramper rundt i ting og steder, de ikke forstår [...]" (Ibid:210). Om statsministeren er der næppe tale om en sag, "han ikke forstår", men vi ser, at der – i forhold til Baudrillards teori – sker en forskydning i forhold til hans position, der nærmere knytter sig til en indtagelse af objektets form.

Thorup skriver yderligere om Celebrity-fantropi: "Der kan siges at være en tæt sammenhæng mellem den nye, immaterielle kapitalismes værdisætning af brands, omdømme og mærkevarekarisma og den stadigt mere opskrevne celebrity-kultur, hvor det performative kan siges at være blevet vigtigere end det kvalitative" (Ibid:209). Med dette forstår vi, at for statsministeren og de øvrige kendisser gælder det i højere grad om at deltage i en begivenhed som Knæk Cancer og få gavn af den opmærksomhed, der følger heraf, end egentligt at beskæftige sig med sagen. Men ifølge Baudrillards teori vil dette formentligt være en fejlslutning, da der som beskrevet tidligere ikke er noget bagvedliggende.

OPSAMLING

I overensstemmelse med Baudrillards analyse er vores læsning, at showet ikke knytter sig til en bagvedliggende mening eller substans, forstået på den måde at det, "Danmark samles om", ligner en (forbrugs)fest, viklet ind i et symbolsk net af (vulgære) følelsesladedes stemninger. I henhold til både Baudrillard og Debords tænkning om objekterne (og varernes) forrang kan det derfor forstås således, at den ideologiske konstruktion centraliserer sig om at pacificere mennesket ind i et spil, hvor "varerne" er de eneste referenter. Det skjulte, vi søger at gøre åbenlyst, er med andre ord, at der ikke er noget bagved tegnene, det er så at sige en hyperrealitet i et festligt forbrugsland. Derved synes spektaklet således at være 'fuldendt' i dets funktion: "Det dækker hele verdens overflade og svømmer i det uendelige rundt i sin egen strålekrans" (Debord 1972:12).

Baudrillards analyse medfører et deterministisk syn på historiens udvikling, da forbindelsen mellem tegn og mening ikke længere eksisterer og ikke kan genoprettes. Desuden vil menneskets lidenskabelige hang til den opadstigende potentielle vækst, kontinuert give objekterne forrang. Baudrillard betegner virkeligheden, som at: "Vi befinder os i et transfini univers" (Baudrillard 1983:78). Det betyder derfor, at udviklingen nødvendigvis fryses i

denne kontinuerte bevægelse, og mennesket følgelig vil være ofre for objekternes forrang.

Den slovenske filosof Slavoj Žižek skriver i sin bog *Vold* (2008) med reference til Hegel, at: "Det partikulære kan i sandhed maskere det universelle" (Žižek 2008:160). Med denne læsning retter vi en kritik af Baudrillards deterministiske syn på, hvad han kalder det transfinite univers. Hegels forståelse af udvikling er forankret i *Ånden*, som er et: "absolut, selv bærende, virkeligt væsen" (Hegel 2010:301), med hvilket betyder, at Ånden ikke er hverken transcendentel eller en skjult essens, men snarere en historisk proces, der løber gennem epoker, og som er determinerende i forhold til tidens ethos. Žižeks pointe er, at hændelser og begivenheder kan skjule Ånden eller universaliteten, hvorfor vi kan læse Baudrillards idé som en partikulær forståelse af det specifikke fænomen, at tiden kendetegnes som hyperreel. Som vi skrev i det foregående, omslutter Baudrillards idé alene et tegnsystem, hvorfor han for eksempel ikke forholder sig til et specifikt offer for krigen, som i vores læsning ikke nødvendigvis er indskrevet i en simulation: Det er alene fortolkningen af ham, der er indskrevet. Derfor vil vi for nuværende ende vores analysetilgang med Baudrillard og optage en ny analyse forankret i Žižeks tænkning.

HANDLEN

Med udgangspunkt i Lacan forklarer Žižek, at der er en sammenhæng mellem Freuds psykoanalyse og Marx' teori. Denne sammenhæng er en "fundamental analogi" (Žižek 2010:49). Žižek beskriver dette ud fra den forståelse, at deres fortolkningsprocedurer ikke blot analyserer indholdet, men også det at forstå hvorfor indholdet tager den form, det gør. For Freud gælder dette i drømmetydningen. Drømmetydningen er et arbejde, hvor det manifeste drømmeindhold analyseres ud fra psykoanalytisk teori, og derved kan analytikeren finde frem til den latente drømmetanke. Det manifeste drømmeindhold er den måde, en drøm opleves for den drømmende person, det handlingsforløb, der udspiller sig i drømmen med alle dets besynderlige aspekter. Den latente drømmetanke er de tanker, som den manifeste drøm er et udtryk for. Et klassisk eksempel er en drøm, hvor man taber sine tænder. Det manifeste drømmeindhold er det handlingsforløb, der udspiller sig i det, man taber tænderne. Det latente drømmeindhold er, hvad dette er et udtryk for, hvor det i dette eksempel kan være et udtryk for, at man føler sig ude af kontrol. Žižek understreger, at denne analyse af indholdet ikke er fyldestgørende; det er ganske rigtigt en analyse af indholdet, men det er endnu vigtigere at analysere, hvorfor indholdet tager denne form. Det betyder, at det interessante i denne analyse er drømmearbejdet, som gør, at det latente indhold tager form som den manifeste drøm. Drømmearbejdet er vigtigt at forstå, da det *ubevidste* ikke er at finde i det latente drømmeindhold, men at det ubevidste derimod er medbestemmende for

drømmearbejdets form. Derfor er en analyse af drømmearbejdet det nærmeste, man kan komme det ubevidste (Ibid:50). Žižek beskriver, at det gælder for både Marx' analyse og Freuds analyse, at en fortolkning af indholdet ikke er tilstrækkelig, det er derimod centralt at beskæftige sig med formen. Derfor er der behov for yderligere analyse af netop denne form, og den "[...] proces – som er homolog med 'drømmearbejdet' – hvorved det skjulte indhold antager en sådan form." (Ibid:53-54), altså at forstå hvordan varen bliver til en vare, der kan byttes med en anden vare.

Vi har i første del af specialet undersøgt indholdet af showet med afsæt i hhv. en deskriptiv analyse, som vi fortolker, kan være udtryk for det manifeste drømmeindhold, hvorefter vi lavede en sociologisk-filosofisk forankret undersøgelse, som vi mener, kan betegnes som det latente indhold. Denne analyse kan ses som værende en analyse af det forhold mellem de latente drømmetanker og den manifeste drøm, som Žižek kalder en "[...] fetichistisk fascination af 'indholdet' [...]" (Žižek 2010:49). I det følgende ønsker vi at udvide undersøgelsen ved at undersøge formen, og hvordan denne form konstitueres. Analogien mellem Marx' og Freuds teori bruger Lacan til at forstå ideologi gennem et psykoanalytisk perspektiv. Žižeks teori er en viderefortolkning af dette, hvilket vi ønsker at tage udgangspunkt i det følgende.

Vores analyse vil tage udgangspunkt i *Ideologiens Sublime Objekt*. I forlængelse af dette bemærker vi, at Žižeks forståelse af det Reelle har ændret sig, siden han skrev værket i 1989. "Det Reelle i *Ideologiens Sublime Objekt* er først og fremmest det Reelle som mangel, fravær, umulighed." (Bjerre & Laustsen 2010:17). Forsimplet kan det forklares sådan, at når det Reelle forstås som en mangel eller en umulighed, gør det, at en ideologi ikke kan lukke sig om sig selv, da det Reelle altid er muligheden for en åbning. Det betyder, at det Reelle *ikke* er en del af ideologien, og det vil det aldrig blive – det er snarere det manglende element, der kan gøre ideologien *perfekt*, hvilket betyder, at en ideologi aldrig kan blive altomfattende. Žižek omfortolker dog senere det Reelle og forstår det som "[...] handling eller som noget, der sker, hvor man mindst troede, at det kunne ske." (ibid:18). Det Reelle har stadig samme mytiske egenskaber, men er ikke længere en mangel, men snarere en uventet handling, der bryder frem. Vi vil senere i specialet introducere til Žižeks ændrede forståelse af det Reelle, med henblik på at udbygge vores analyse yderligere. Žižeks tidligere forståelse af det Reelle bygger på læsninger af den franske psykoanalytiker Jacques Lacan, som vi kort vil introducere i det følgende.

JACQUES LACAN

Lacan forener lingvistik og strukturalisme i sin psykoanalyse, om hvilken han skriver: "Language is the condition of the unconscious" (Lacan 2007:41). Det betyder, at Lacan forstår, at de strukturerende principper bag det ubevidste og sproget er de samme. Det betyder, at Lacan anvender Sigmund Freuds tænkning til at skabe et greb om de ordner, der strukturerer tænkningen. Lacan beskrev i 1949 Spejlstadiet, som et udtryk for, hvordan barnets udviklingsstadier kan forstås, og med hvilken de strukturerende ordner for den menneskelige erfaring organiseres.

Når barnet er spædt, har det ikke kontrol over sin krop, det er alene et sansende væsen – det Reelle er denne sammenhængende oplevelse af sansemæssigt kaos (Lacan 1949:502-503). Det andet stadie er Spejlstadiet (eller det imaginære), hvor barnet oplever mødet med sit spejlbillede:

"The important point is that this form situates the agency of the ego, before its social determination, in a fictional direction, which will always remain irreducible for the individual alone, or rather, which will only rejoin the coming into being of the subject asymptotically, whatever the success of the dialectical syntheses by which we must resolve as I his discordance with his own reality" (Ibid).

Dette betyder, at barnet konfronteres af dets eget spejlbillede og bliver i dette stadie opmærksom på dets fantasmatiske *imago*. Barnet bliver derfor opmærksomt på, at det er adskilt fra moderen og er et selvstændigt individ (Ibid:503-505). I den sidste orden, den symbolske, får barnet et sprog og indgår i socialiteten. Lacan forklarer, at "the subject impresses that have indeed resulted from it; a freedom that it never more authentic than when it is within the walls of a prison; a demand for commitment, expressing the importance of a pure consciousness to master any situation [...]" (Ibid:508).

Med dette menes, at den Symbolske Orden er den repræsentation, der organiserer verden for individet. Den Symbolske Orden er overensstemmende med Freuds ødipale fase: Kastrationen, som Lacan forklarer som "primordial jealousy" (Ibid:507), betyder, at barnets begær efter moderen ikke kan opfyldes, hvilket Lacan forklarer, relaterer til en eksistentiel, vedvarende mangel i den menneskelige væren (Ibid). Forholdet mellem den Symbolske Orden og den Imaginære Orden forklarer Daly & Žižek således: "What differentiates them is that while the symbolic is in principle open-ended, the imaginary seeks to domesticate this open-endedness through the imposition of a fantasmatic landscape that is peculiar to each

individual.” (Daly & Žižek 2004:6).

Den store Anden udgør en samlet orden, der dog ikke kan beskrives. Den fungerer uafhængigt, men adlydes og virker: Det kunne for eksempel være den orden, der bestemmer at mennesker står og venter for rødt lys ved en fodgængerovergang, på trods af at der hverken er biler eller cyklister i nærheden, for ”sådan gør man”. Det Reelle, det imaginære og den Symbolske Orden fungerer for Lacan som en treenighed, hvilket betyder, at den menneskelige bevidsthed altid er struktureret indenfor disse.

VAREFORMEN OG REALABSTRAKTIONEN

I tidligere afsnit har vi i forlængelse af Guy Debords teori om spektaklet analyseret, at seere får mulighed for at købe god samvittighed i forbindelse med Knæk Cancer-showet. Dette skal forstås på den måde, at når man donerer penge, køber man retten til en selvtilfredhedsfølelse, en god samvittighed.

Denne påstand ønsker vi i det følgende at undersøge ud fra Žižeks udlægning af Marx’ teori om vareformen for at finde ud af, om en donation kan forstås som en vareudveksling. Når man for eksempel donerer til Knæk Cancer-showet pr. sms, donerer man 150 kroner. For de 150 kroner er man med i lodtrækningen om en bil eller rejse, samt at man har doneret til et godtgørende formål. Vores hypotese er, at denne vare består af to elementer: Et lod i en konkurrence og en god samvittighed. Ligeledes er der mulighed for at ringe ind og donere, hvor seeren yderligere får mulighed for at tale med en kendt person. Hvis der er tale om, at en organisation donerer et større beløb, bliver deres navn og donationsbeløb vist på tv skærmen, organisationen får altså en form for reklame i den forbindelse.

Med udgangspunkt i Alfred Sohn-Rethels analyse af Marx’ beskrivelse af vareformen beskriver Žižek, hvilken betydning Marx’ analyse af vareformen har haft for, det Sohn-Rethel kalder *Realabstraktionen*. Žižek forklarer, at der i byttehandlen sker der en ”dobbelt abstraktion” (Žižek 2010:55):

“The exchange of commodities implies a double abstraction: the abstraction from the changeable character of the commodity during the act of exchange and the abstraction from the concrete, empirical, sensual, particular character of the commodity [...]” (Žižek 2008:10)⁶

⁶ Her benytter vi os af den engelske udgave, da der i den danske er en oversættelsesfejl, i den danske version står der således ”Vareudvekslingen indebærer en dobbelt abstraktion: Abstraktionen fra varens konkrete, empiriske,

Med dette skal der forstås, at der abstraheres fra to ting. Den første del af sætningen henviser til, hvordan varen skifter karakter i byttehandlen, altså bliver abstraheret fra, at en vare kan og vil skifte karakter i byttehandlen. Dernæst abstraheres der fra varens fysiske konstitution. Denne abstraktionsproces kaldes realabstraktionen og er udgangspunktet for byttehandlen, altså når to individer eksempelvis bytter en gulerod for en kartoffel, forholder individerne sig til den værdi kartoffelen og guleroden har og vurderer disse som værende lige, og derfor kan der byttes.

Varerne tilegner sig derfor i byttehandlen en bytteværdi, som er en abstrakt værdi, der som sagt kun opstår i byttehandlen qua realabstraktionen.

Med henvisning til Sohn-Rethel beskrives denne abstrakte værdi som et "som om", da varerne ikke besidder denne abstrakte værdi af natur, som var det en egenskab, de havde i sig selv, men det er kun en værdi, der fremkommer i byttehandlen. Når varerne byttes, så byttes de, *som om* de besidder bytteværdien, og derved kan varerne forstås som ækvivalente. Žižek beskriver med reference til Marx, hvordan penge fungerer som en almen ækvivalent, for når en værdisættelse af en vare får form af kroner og øre, er dette et eksplicit udtryk for den abstrakte værdi. Dette er dog kun en eksemplificering, for hvis en kop sælges for en femkrone, så har mønten og koppen hver især en abstrakt værdi, der er ens, og derved kan de to byttes. Pengene er et eksplicit udtryk for realabstraktionen (Ibid:56).

Žižek citerer Sohn Rethel, der skriver: "Bytteabstraktionen *er* ikke tænkning, men har tænkningens form" (Sohn-Rethel, citeret i Žižek 2010:58). I dette citat forholder Sohn-Rethel sig til, hvad Marx' kaldte bytteabstraktionen, og da denne ikke er en tanke, men a priori, omformulerer Sohn-Rethel det til realabstraktion. Det er en abstraktion, der sker i forbindelse med byttehandlen, men det er ikke en bevidst tanke hos individet. Byttehandlen indeholder derfor et paradoks, at realabstraktionen er en nødvendighed for byttehandlen, da to varer uden realabstraktionen ikke vil kunne være ækvivalente. Samtidig er byttehandlen en forudsætning for realabstraktionen, uden byttehandlen vil realabstraktionen ikke finde sted. Yderligere gælder det for abstraktionen, at de byttende ikke er bevidste om denne, for "hvis man kom til at 'vide for meget', hvis man fik indsigt i, hvordan den sociale virkelighed egentlig fungerer, ville denne virkelighed opløses" (Ibid:59). Ud fra dette citat af Sohn-Rethel (Žižek 2010:59) beskrives det, hvordan de byttende i byttehandlen ikke er bevidste om abstraktionen, da de er fokuserede på handlen, altså forholder de sig til den brugsværdi,

sanselige, partikulære karakter [...]" (Žižek 2010:55)", hvilket viser at den første del af sætningen, netop "the abstraction from the changeable character of the commodity during the act of exchange and" er helt udeladt.

deres egen vare har i forhold til brugsværdien af den vare, de ønsker at tilegne sig. Denne bevidsthed står i vejen for en bevidsthed om realabstraktionen, hvilket ikke forstås således, at vi nu har bevidsthed om realabstraktionens eksistens, så derfor er det aldrig muligt for os at handle igen. I realabstraktionen, hvor varerne får form af bytteværdi, bliver de *ækvivalente* i den forstand, at de er fuldstændig ens i denne abstrakte relation (Ibid:63). Men interessant for realabstraktionen er det, at varerne kun er ækvivalente i den byttehandel, der finder sted, men dette er kun i abstraktionen. Žižek beskriver det således:

“Den anden vare (B) er kun ækvivalent, for så vidt A forholder sig til den som til sin egen værdis fremtrædelsesform og kun inden for denne relation. Men fremtrædelsen – og heri ligger effekten af fetichismens egentlige inversion – er den stik modsatte: A forekommer at forholde sig til B, som om det ikke var en ‘refleksionsbestemmelse’ (Marx) for B at være ækvivalent med A – altså som om B *allerede i sig selv* var ækvivalent med A. B forekommer at have den egenskab at ‘Være-en-ækvivalent’ selv uafhængigt af sin relation til A og på samme niveau som de øvrige ‘naturlige’ virkningsegenskaber, der konstituerer dens brugsværdi” (Ibid:64).

Dette forhold er gensidigt, altså hvad der gælder for varen A i dette tilfælde, gælder også for varen B og omvendt. Den fetichistiske inversion, Žižek beskriver, er dette ‘som om’, altså at to varer byttes, som om de er ækvivalente af natur, og derved forholdes der ikke til den refleksionsbestemmelse, eller de processer, der sker i forbindelse med realabstraktionen, som finder sted.

Vi har nu redegjort for, hvordan varen omformer sig til en ren abstrakt værdi i transaktionen, altså bytteværdi. Analysens spørgsmål er, om en donation i denne kontekst kan forstås som en transaktion. Med udgangspunkt i Brymanns begreb, skjulte salgsvare, om det, at forbruget bliver skjult som noget andet fx en god oplevelse, kan vi underbygge argumentet for, at en donation er en handel, hvor man køber en god oplevelse. Yderligere kan dette støttes af Debords forståelse af forbrugerens rolle i samfundet, hvor det ikke længere handler om *at have*, men om *fremtrædelse*, altså hvordan man viser sig i samfundet, hvilket gøres via forbrug. Så det at donere kan forstås som et forbrug, der ændrer ens fremtrædelse. I forlængelse af Debords og Brymanns tænkning kan vi forstå en donation som en vare, fordi den vare, man tilkøber sig, er en god samvittighed, og dette sker, fordi forbruget er skjult som en god oplevelse.

Realabstraktionen abstraherer fra varernes brugsværdi, og derfor kan vi gøre det samme og abstrahere fra, hvad der egentlig bliver byttet.

DONATIONER SOM VARER

Om et individ donerer på grund af et ønske om god samvittighed for at 'knække cancer' eller blot for at være med i lodtrækningen om en Volkswagen Golf, er underordnet for realabstraktionen, den *sker*. Der sker en realabstraktion fra, hvad end seeren personligt får ud af at donere, og derfor kan vi konkludere, at en donation er en byttehandel, også selvom en donation kommer af et rent ønske om at knække cancer, så er det at 'knække cancer' ækvivalent med de 150 kroner, det koster. Så vi kan ikke bestemme, hvilke varer der byttes med, da det er uklart, hvad der abstraheres ud fra, men vi kan konkludere, at den sker, fordi realabstraktionen viser sig.

Dette gør sig naturligvis også gældende, hvis man ringer ind for at donere og får mulighed for at tale med en kendt person, eller om en seer donerer 10.000 kroner og får vist sin organisations navn på tv-skærmen. Realabstraktionen sker stadig, hvad et individ får ud af at donere, bliver ækvivalent med det beløb, der doneres.

Det at forstå en donation som en handel gør, at den vare, der bliver solgt, har en kompleks natur. Dette skal forstås i forbindelse med abstraktionen, for i en abstraktion abstraheres der fra varens fysiske konstitution, og denne fysiske konstitution er kun bestemt, hvis et individ 'kun' donerer for at få et lod i en lodtrækning eller får indsat en reklamebjælke for sin virksomhed på skærmen. Hvis varen derimod er eksempelvis en god samvittighed, så har denne for det første ikke nogen fysiske bestemmelser, og dernæst kan dette være forskelligt fra menneske til menneske, hvilken vare de får. Det, der gør en donation til en vare med en kompleks natur, er, at det i abstraktion for en donor ikke nødvendigvis er det samme, der abstraheres fra, som for en anden donor. Hvad disse to får ud af at donere 150 kroner til Knæk Cancer, er ikke nødvendigvis ækvivalente, men det, de betaler, er ækvivalent, hvilket ikke adskiller sig fra andre varer. Uanset hvor stor brugsværdi den enkelte vare har for den enkelte, skal vedkommende stadig betale det samme. Dette kan sammenlignes med, hvis to kvinder eksempelvis køber en flaske vand hver til ti kroner, så sker abstraktionen ved hver person ud fra de samme forudsætninger: Netop at der abstraheres fra en tier og en flaske vand, og disse to genstande bliver ækvivalente. Hvis de to samme kvinder donerer 150 kroner til Knæk Cancer, kan vi ikke på samme måde bestemme, at de abstraherer fra samme udgangspunkt, da det, de får ud af de 150 kroner, ikke nødvendigvis er det samme. Det er ikke sikkert, at brugsværdien bestemmes ud fra samme udgangspunkt. For den ene kvinde kan det være et ønske om en ren samvittighed, for den anden kan det være et ønske om at knække cancer. Hermed ikke at forstå at brugsværdien af en flaske vand er den samme for de to kvinder, fordi det er subjektivt, hvad brugsværdien er for den enkelte, men forskellen er, at ved en donation er det ikke nødvendigvis den samme vare, de køber. Udover at brugs-

værdien er bestemt af subjektet, er selve varen også subjektivt bestemt i en donation.

Denne forståelse af en donation underbygger vores tidligere forståelse af Knæk Cancer som 'omvendt' filantrokapitalisme. Såfremt der i abstraktionen bliver abstraheret fra mere end et lod i lodtrækningen, så er dette 'mere' den faktiske vare, og loddet er den merværdi, som følger med i handlen. Når man køber en kop kaffe ved Starbucks, så bliver der lovet, at en del af pengene går til sundhedspleje i Guatemala, og merværdien er det godgørende. Det omvendte er gældende her, at loddet er merværdien, og det godgørende er den faktiske vare. Žižek definerer varefetichisme som en:

"[...] særlig miskendelse i forbindelse med forholdet mellem et struktureret netværk og et af dets elementer: Noget, som reelt er en strukturel effekt, en effekt af et netværk af relationer mellem en række elementer, fremstår i stedet som en umiddelbar egenskab ved et af disse elementer, som om denne egenskab også tilhørte det uden om dets relation til andre elementer." (Žižek 2010:63).

Dette betyder, at når en vare forstås, som den gør i byttehandlen, er det ud fra en fetichistisk forståelse af varen. Når byttende individer forholder sig til varernes bytteværdi, forholder de sig til denne bytteværdi, som om denne bytteværdi ikke er et produkt af "et netværk af relationer" (ibid), men som at denne bytteværdi er noget, varen besidder udenom den sociale orden, varen befinder sig i. På samme måde når seeren donerer til Knæk Cancer-showet, doneres der, som om at værdien af denne donation ikke påvirkes af en social kontekst, altså er værdien af donationen alene bestemt af den effekt, donationen vil have i forhold til at 'knække cancer' og ikke på grund af den gode samvittighed, en donation medfører.

MARX' OG FREUDS ANALYSER

Žižek beskriver, hvordan der er en "fundamental analogi" (Žižek 2010:49) mellem Marx' teori om vareformen og Freuds teori om drømmetydningen. Begge analyser knytter sig til det forhold, at de ikke forsøger at "trænge ind i kernen" eller finde om bag indholdet – men de knytter sig derimod til at undersøge "Hemmeligheden bag denne form i sig selv" (Žižek 2010:53). Det drejer sig på den måde om at analysere formen bag arbejdet, der manifesteres i varen og det drømmearbejde, der antager drømmens form.

For drømmetydning gælder det, at så længe man blot tyder drømmens indhold, er det ikke noget ubevidst, man tyder. Det kan være noget, analysanden ikke selv har italesat eller erkendt, men det er ikke ubevidst. Ved at tyde drømmens latente drømmetanker eller indhold

kan man komme frem til en forståelse af analysandens bevidsthed, men ikke det ubevidste. Det, der er interessant i denne kontekst, er derfor ikke selve indholdet i drømmen, de latente drømmetanker, men hvorfor det tager form som en drøm overhovedet, og hvordan denne form tager sig ud. Det er deri, det ubevidste ligger (Žižek 2010:51).

Med udgangspunkt realabstraktionen kan der skabes en forståelse af det ubevidste. For på samme måde som realabstraktionen ikke er en tanke, men noget der "har tænkningens form" (Sohn-Rethel, citeret i Žižek 2010:58), gælder dette også for det ubevidste. Det ubevidste er ikke en tanke, der kan tænkes. Den abstraktionsproces, vi har beskrevet, forstår Žižek som værende "homolog med drømmearbejdet" (Ibid:53). Žižek udreder ikke eksplicit, hvordan disse processer er homologe, hvorfor vi i det følgende vil introducere til Freuds beskrivelse af drømmearbejdet.

DRØMMEARBEJDET

Den første mekanisme, Freud beskriver, hedder *fortætning*. Fortætningen defineres i tre led, hvor: "1) visse latente elementer i det hele taget udelades, 2) kun en brøkdel af de mange komplekse dannelser fra den latente drøm går over i den manifeste, og 3) latente elementer, der har noget til fælles, sammenføjes og sammensmeltes til en enhed i den manifeste drøm" (Freud 2004:132). Freud skriver, at det mest interessante punkt er det tredje, hvilket skyldes, at de to første indebærer frasortering, da det manifeste indhold altid vil være mindre omfangsrig end det latente, hvorfor noget således sorteres fra.

Mere interessant er det tredje led, da forskellige elementer fra de latente drømmetanker smelter sammen og viser sig i et element. Freud eksemplificerer dette således: "En sådan blandingsperson ser f.eks. ud som A, men er klædt som B, udfører et arbejde, man husker i forbindelse med C, og samtidig ved man, at det er personen D." (Ibid). I dette tilfælde er der sket en fortætning af fire personer, der bliver til en. Elementerne fra de forskellige personer, der viser sig i den sammensmeltede person, kan være bestemt ud fra forskellige parametre, enten er det udtryk for, at to eller flere af disse personer har noget tilfælles eksempelvis deres påklædning, eller drømmerens forhold til disse personer er ens.

I Freuds værk *Drømmetydning* (1988) uddybes fortætningens princip med reference til en af Freuds egne drømme. Freud drømmer om, hvad han betegner en botanisk monografi, han har skrevet, med hvilken han viser, hvordan monografien er en fortætning af mange elementer blandt andet en af hans patienter ved navn Flora og "Til »botanisk« hører erindringerne om professor Gärtner, om hans blomstrende kone [...]" (Freud 1988:236). Fortætningen er

altså ikke blot en mekanisme, der bearbejder mennesker, men også som eksemplet viser ord eller navne og yderligere kan det også gælde for genstande m.m. (Freud 2004:132). Fortætningen sker på kryds og tværs af forskellige elementer fra den latente drømmetanke og organiserer sig på ny i det manifeste indhold, så personen A kan vise sig i det manifeste drømmes indhold i flere elementer.

Når Žižek skriver, at der er en homologi mellem den proces, varen gennemgår i byttehandlen og den proces, de latente drømmetanker gennemgår via drømmearbejdet, forstår vi det således, at der i byttehandlen sker en *fortætning* af alle de sociale relationer, der er medbestemmende for den bytteværdi, den sociale proces tilegner varen. For vores case vil det sige, at når en donor vælger at donere penge til Knæk Cancer, så er dette muligvis med et udgangspunkt i at gøre noget godt. Dette kan tolkes, som vi tidligere har gjort, at denne 'manifeste drømmetanke' om at gøre noget godt kommer fra et latent udgangspunkt, at få en ren samvittighed. Dette ønske om en ren samvittighed kan komme af en skyldfølelse eller andet, som dog stadig er en del af det latente indhold. Fortætningens virke er, at alle de årsager, der hersker i et individ, fortættes og bliver til en samlet årsag.

I forbindelse med fortætningen opererer en anden mekanisme, *forskydningen*. Forskydningen er den del af drømmearbejdet, der etablerer et emneområde i den manifeste drøm, som ikke er direkte lig med et eller flere omdrejningspunkter i de latente tanker: "Drømmen er ligesom *anderledes centreret*, dens indhold ordnet om andre elementer som midtpunkt, end drømmetankerne." (Freud 1988:253). Freud benytter sig atter af eksemplet med den botaniske monografi, hvor denne drøms latente tanker ikke har haft planter eller blomster som emne, men de latente drømmetanker, der kommer til udtryk, er om "[...] komplikationer og konflikter, der opstår ved forpligtelser kolleger imellem, og videre om bebrejdelse for, at jeg plejer at ofre alt for megen tid og for mange penge på mine hobbyer." (Ibid.). Det, der sker, er, at centrale emner fra de latente tanker bliver forskudt ud i periferien, og der skal en fortolkning til for at kunne genfinde disse centrale emner.

Et interessant perspektiv ved forskydningen er, at det ofte er centrale elementer fra de latente tanker, der forskydes sig, og i den manifeste drøm viser de sig som værende små elementer, men elementer, der viser sig gentagne gange (Ibid.:254). Freud skriver: "De forestillinger, der er de vigtigste i drømmetankerne, vil vel også være de i disse hyppigst tilbagevendende, idet de enkelte drømmetanker udstråler fra dem som fra centrer" (Ibid.). Dette forstår vi således, at tankerne fra de latente drømmetanker ændrer form fra at have en kvalitativ karakter til at miste denne *kvalitet*, som ikke forsvinder, men i stedet fordeler den sig kvantitativt

i de manifeste drømmetanker.

Forskydningen er en mekanisme, der opstår i forlængelse drømmecensuren. *Drømmecensuren* er en censur, der opstår i drømmen, hvor indhold fra den latente drøm helt frasorteres og derved ikke viser sig i den manifeste drøm. Freud beretter om en drøm, hvor patienten drømmer, at hun tilbyder seksuelle ydelser til soldater, da det føles som hendes pligt. I drømmen samtales der mellem kvinden og en række officerer, og når samtalen helt konkret ville indeholde ord i relation med seksuelle ydelser, bliver dette i drømmen til en mumlen frem for klare ord. Dette er drømmecensuren værktøj, den udelukker forskellige elementer, og oftest er det disse elementer, der er de interessante (Freud 2004:108), for i dette eksempel er det netop det seksuelle, det forbudte, der censureres.

Om de elementer, drømmecensuren censurerer, skriver Freud: "Man kan da kun sige, at de er af absolut forkastelig natur, anstødelige i etisk, æstetisk, social henseende, ting, som man slet ikke tør tænke på eller dog kun tænker på med væmmelse." (Ibid:110). Der censureres altså for at skjule det væmmelige begær, men kun i en sådan grad at der stadig er mulighed for at kunne tilfredsstille det, for netop at holde den drømmende i søvnen (Ibid.).

Vi forstår det således, at censuren er et ønske om at skjule nogle elementer fra den latente drøm, og *forskydningen* virker som et redskab for denne censur. Samtidig har forskydningen den effekt, at den lader individet drømme om det, censuren ikke ønsker at drømme om, altså ved at forskyde det emne drømmecensuren vil undgå.

Forskydningen ændrer altså formen på, hvad drømmearbejdet først har fortættet. Det betyder i vores tilfælde, hvor vi stadig forholder os til, hvad der sker i byttehandlen, at her har alle de latente tanker, som fortætningen har sat sammen, forskudt sig, hvilket gør, at donationen bliver forstået som en donation – altså nogle penge man giver uden at få noget igen. På den måde bliver ens latente tanker om at ville gøre noget godt eller få en god samvittighed forskudt, og det at tilkøbe sig den gode samvittighed bliver til en donation. På den måde får det ubevidste lov til at udleve sit begær, men uden at det forstås som et begær. Så abstraktionen kan forstås analogt med drømmearbejdet ved, at der sker en fortætning og forskydning af de sociale relationer, der skaber en vare, og derved kommer disse sociale relationer til udtryk som varens bytteværdi.

I forbindelse med drømmearbejdet og det ubevidste skriver Žižek, at der sker "[...] en slags 'kortslutning' [...]" mellem et forbevidst begær, altså en latent drømmetanke, og et ubevidst begær. Dette betyder, at de undertrykte tanker, der er i de latente tanker, kun bliver under-

trykt, fordi der opstår en kontakt eller kortslutning mellem dem og et allerede ubevidst begær. Dette allerede ubevidste begær er et begær, der står uden nogen originalversion. Det er et begær, der “[...] stammer fra den infantile tilstand og er blevet fortrængt” (Freud, citeret af Žižek 2010:51), og derved eksisterer dette ubevidste begær kun i primærprocesserne (Ibid). Det vil sige, at det aldrig fuldt ud kan udtrykke sig i de latente drømmetanker. Eksempelvis hvis en donor giver penge til Knæk Cancer, kan det være, fordi der eksisterer en latent tanke om at tilegne sig en ren samvittighed. Dette er ikke det ubevidste begær, da ønsket om at gøre noget godt har originalversionen (at tilegne sig en ren samvittighed), men denne originalversion er blevet undertrykt, fordi der er sket en kortslutning mellem denne originalversion og et allerede undertrykt ubevidst begær.

DRØMMEARBEJDET OG REALABSTRAKTIONEN

Samme forståelse gør sig gældende i forhold til byttehandlen og realabstraktionen. Realabstraktion kan forstås parallelt med dette allerede ubevidste begær, den bytteværdi, en vare får i realabstraktionen, er en værdi, der kommer af en abstraktion, derfor har bytteværdien har ikke nogen originalversion. Men realabstraktionen viser sin tilstedeværelse, da den er en forudsætning for handlen. I byttehandlen, når de byttende forstår en vare, ‘som om’ den er allerede ækvivalent med den vare, der tilegnes, kan dette forstås som ‘drømmearbejdet’, der fortætter og forskyder de sociale relationer, der er bestemmende for varens værdi og derved skaber dette ‘som om’. Abstraktionsprocessen er altså en proces, der kan forstås parallelt med drømmearbejdet, hvor ækvivalent-forholdet virker som før-bevidste latente tanker altså et element, der på en måde er udenfor bevidstheden, fordi der sker en ‘kortslutning’ mellem denne og realabstraktionen.

Denne analogi mellem psykoanalysens drømmetydning og analysen af vareformen kommer af Žižeks læsning af Lacan: “Det er sådan, man skal forstå den grundlæggende lacanianske tanke, at psykoanalysen ikke er en psykologi: Den mest intime tro, selv de mest intime følelser såsom medlidenhed, gråd, sorg eller latter, kan overføres, uddelegeres til andre uden at miste deres oprigtighed” (Žižek 2010:74). Psykoanalysen beskriver altså ikke et skjult indre i mennesket, men den beskriver den ideologiske orden, mennesket befinder sig i. Som beskrevet ovenover er vareabstraktionen ikke noget, mennesket *gør* bevidst: Det er noget, der sker udenfor menneskets bevidsthed, og med Lacans læsning af psykoanalysen er det samme gældende for det ubevidste. Det ubevidste er ikke noget der i mennesket, men det er en “[...] tankeform, der går forud for og står uden for tanken – kort sagt: den Symbolske Orden.” (Ibid:58).

Den Symbolske Orden er den orden, der rammesætter handlerummet for mennesket, og det er i den orden, mennesket har mulighed for at identificere sig selv som indledningsvist forklaret. I forordet til den danske udgave af *Ideologiens Sublime Objekt* skriver Bjerre og Lausten, at "det symbolske [...] henviser til sproget eller andre støbeforme for vores identitetsdannelse" (Bjerre & Lausten 2010:17). Den Symbolske Orden er altså det råderum, mennesket har. I relation til citatet ovenover forstår vi den Symbolske Orden som en form for det ubevidste: Det er altså noget, der sker uden for tænkningen og bestemmer tænkningens retning.

I Lacans læsning af psykoanalysen forstår han drømmens funktion som værende det modsatte af, hvad den traditionelle freudianske psykoanalyse forstår. I den traditionelle forståelse af drømmens funktion er den at holde individet sovende ved at inkorporere udefrakommende søvnforstyrrende elementer i drømmen, og når disse forstyrrende elementer bliver for voldsomme, vågner individet. Lacan forstår det omvendt, det, der vækker os fra drømmen, er ikke udefrakommende forstyrrende elementer, men det at man i drømmen kommer tæt på det ubevidste begær, og mødet med dette ubevidste begær er for ubehageligt, og derfor vågner man (Žižek 2010:86). Žižek skriver herefter:

"Det forholder sig nøjagtig ligesådan med ideologi. Ideologi er ikke en drømmeagtig illusion, vi opbygger for at flygte fra en ubærlig virkelighed. I sin grunddimension er den en fantasmekonstruktion, der fungerer som grundlag for vores 'virkelighed' som sådan: En 'illusion', der strukturerer vores faktiske sociale relationer og derved maskerer en ubærlig, reel, umulig kerne [...]." (Ibid).

Žižek forstår derved at ideologiens funktion som værende den samme som drømmens, netop at den "maskerer en ubærlig, reel, umulig kerne" (Ibid). Og det er netop dette, vi ønsker at undersøge med udgangspunkt i vores problemformulering: "Hvilken ideologisk funktion har Knæk Cancer?". Indtil videre har vi med Žižeks teori forklaret, at Knæk Cancer virker som filantrokapitalisme. Ved at forstå en donation som en vare kan vi som beskrevet tidligere fortolke Knæk Cancer som omvendt filantrokapitalisme.

Om ideologien skriver Žižek, at den i sin grunddimension er en fantasmekonstruktion, derfor vil det følgende afsnit være en teoretisk undersøgelse af fantasmet for at forstå det i sammenhæng med Knæk Cancer.

DET IDEOLOGISKE FANTASME

Žižek forklarer det ideologiske fantasme ved hjælp af Marx berømte doktrin: "De ved det ikke, men de gør det" (Marx 1867:173), ud fra en skelnen mellem *at vide* og *at gøre*. Han forklarer, at han fortolker Marx citat, som at "folk 'ikke ved, hvad de reelt gør'" (Žižek 2010:70), men udbygger denne teori med netop begrebet om den ideologiske fantasme. Dette gør han gennem Marx' begreb om varefetichisme og penge, som han i sig selv forklarer ikke er andet end materialitet, en art massivitet, som i sig selv ikke har egenskab eller værdi. Men i udvekslingen tillægges penge en magisk status, en bytteværdi, forstået på den måde, at de er mere, end de 'virkeligt' er – nemlig blot et udtryk for arbejdstid (Ibid:70-73). Eller måske endnu mere eksplicit forklaret gennem de nuværende bankforhold: De penge, som vi anvender til udveksling af varer osv., er i deres rene form ikke andet end 0- og 1-taller, der florerer i et virtuelt system. Pengene har ikke engang længere nødvendigvis en fysisk massivitet, som for eksempel en seddel, men deres orden og status opretholder vi.

Žižeks pointe er, at vi har viden om, at pengene blot er en "materialisering af et netværk af sociale relationer [...]" (Ibid:71), men at vi alligevel agerer, som om penge er "den umiddelbare legemliggørelse af rigdom som sådan" (Ibid). Pengene tillægges på den måde abstrakt værdi, for eksempel når vi køber en pose lakridser i kiosken, er kioskejerens og køberens enige om, at værdien af lakridserne svarer til et konkret pengebeløb (som i sin nuværende form som sagt blot er virtuel og genstandsløs). Žižeks udbygning af Marx' doktrin består heri i det forhold, at vi rent faktisk er klar over, at penge ikke besidder værdi i sig selv, men alligevel handler vi som om de gjorde, og derfor er penge et eksempel på et ideologisk, sublimt objekt. Han skriver endvidere:

"Illusionen er ikke et spørgsmål om viden, den gør sig allerede gældende i virkeligheden selv, i det, folk gør. Hvad de ikke ved, er, at deres sociale virkelighed i sig selv, deres aktivitet, er styret af en illusion, af en fetichistisk inversion. De overser, de miskender, ikke virkeligheden, men den illusion, der strukturerer deres virkelighed, deres Reelle sociale aktivitet" (Žižek 2010:72).

Det er, hvad Žižek betegner den dobbelte illusion, altså at: "De ved" knytter sig til vidensforholdet (vi ved, at pengene i sig selv ikke besidder værdi), og "gør det" knytter sig til ageren (vi handler alligevel). Dette perspektiv knytter sig således ikke alene til penge, men i det hele taget på den måde, den eksisterende samfundsordenen opretholdes.

Hvis vi tager udgangspunkt i Ehrenreichs fortællinger om *survivors*, kan dette muligvis give

en anledning til at forstå et fantasme. Disse *survivors* har vundet kampen mod kræft, lyder fortællingen, men denne fortælling er i sig selv værd at stille spørgsmål ved, hvordan har disse overlevende kæmpet? Er det, fordi de ligger i en hospitalsseng og får medicin af forskellige slags, der ofte har ubehagelige bivirkninger? Det virker besynderligt at kalde dette for en kamp mod kræft, fordi det er vel ikke den kamp, der kæmpes af patienten. Selve kampen mod kræft sker vel snarere i den behandling, en patient får og de kræftceller, patienten har i kroppen. Derfor kan der stadig godt være tale om en 'kamp', men denne er vel egentlig ikke en kamp imod kræft, og derfor forstår vi, at denne 'kamp' er det første element af den dobbelte illusion. På samme måde som pengene får en fiktiv værdi, får kræftforløbet den fiktive betegnelse at være en kamp mod kræft. Det ræsonnement, at en kræftbehandling er en kamp mod kræft, er den illusion, vi er mere eller mindre bevidste om, altså den ideologiske præmis man medgår for at være en del af Knæk Cancer-showet.

Den anden del af illusionen, den del, der bliver overset, er spørgsmålet, om hvorfor et sygdomsforløb som kræft bliver forstået som en kamp. Her er Žižeks tidligere definition af en ideologi interessant, såfremt vi adresserer, at kræftsygdommen er en kamp, som "maskerer en ubærlig, reel, umulig kerne [...]" (Žižek 2010:86). Den ubærlige, Reelle, umulige kerne forstås som muligheden for, at den kræftramte kan dø af sin sygdom, i værste tilfælde. Denne Reelle kerne er det ubevidste begær, der kommer til udtryk i drømmearbejdet, og når psykoanalysen i en læsning af Lacan er en måde at forstå ideologi på, kan vi ud fra drømmearbejdets mekanismer undersøge, hvordan forskydninger og fortætninger sker i showet.

ŽIŽEK OG GENNEMKRYDSNINGEN AF FANTASMET

Analysen vil nu vende tilbage til drømmearbejdet, hvor vi ønsker at undersøge, hvordan vi kan forstå ideologien som en drømmelignende konstruktion i showet Knæk Cancer. Først ønsker vi at vise, hvordan Žižek benytter Freuds drømmearbejde, og efterfølgende vil vi beskrive, hvordan vi selv benytter os af denne metode, hvilket vil være efterfulgt af selve analysen af det ideologiske drømmearbejde, der viser sig i Knæk Cancer-showet.

Udgangspunktet for analysen vil være, hvad Žižek kalder den diskursive fremgangsmåde, eller "[...] den 'symptomale læsning' af den ideologiske tekst [...]" (Žižek 2010:175). Denne del af analysen forholder sig til, hvad der sker indenfor fantasmetets rammer, og er den ene af en todelt analyse, som Žižek kalder "Gennemkrydsning af det sociale fantasme" (Ibid:174), hvor formålet er at forstå, hvordan det ideologiske drømmearbejde fungerer.

Med udgangspunkt i antisemitismen eksemplificerer Žižek, hvordan han benytter sig af Freuds forskydnings- og fortætningsprincipper. Žižek ser, at den antisemitiske ideologi er en antagonisme imellem “[...] den sunde sociale tekstur, samfundslegemet, og jøden som den kraft, der fordærver det, nedbryder det.” (Ibid:175). Det betyder, at i antisemitismens kultur bliver problemerne forskudt, og jøden, som ideologiens sublime objekt, bliver holdt ansvarlig for dette.

Hvad Freud kalder fortætning, kalder Žižek kondensering, hvilket er det samme. Žižek skriver i forbindelse med jøden, at der sker en kondensering, hvor jøden får tillagte negative egenskaber fra både under- og overklassen, og derved bliver de antagonistiske forhold, der er mellem klasserne gjort eksplicite, men i stedet for at være en strid mellem klasserne, er klasserne samlet i en strid mod jøden (Ibid:176). Žižek skriver:

“Forskydningen henter så at sige sin styrke i den måde, hvorpå jøde-figuren kondenserer en række heterogene antagonismer: økonomisk (jøden som profitmager), politisk (jøden som intrigemager, med skjult magt), moralsk-religiøs (jøden som fordærvet anti-kristen), seksuelt (jøden, som forfører af vore uskyldige piger)[...] “ (Ibid).

Jøden bliver derved tillagt en karakter som noget, der har negative effekter på samfundet, og disse negative effekter er ikke nogen, der kun rammer under- eller overklassen, men det er *alles* økonomi, jøden ødelægger, og det er *alles* uskyldige piger, jøden forfører osv. Jøden medfører med andre ord konsekvenser for den samlede, tyske befolkning. Žižeks pointe er, hvordan jøden opretholder fantasmet: Fantasmets dækker over den sandhed, at der intet er bagved: “[...] der ikke er noget ‘bag’ det, og at fantasmet dækker over netop dette ‘intet’” (Ibid). Fantasmets er en fantasi om et totalitært samfund, og denne fantasi opretholdes gennem jøden. Det antagonistiske forhold til jøden dækker over de antagonistiske forhold, der er mellem mennesker gennem fortætningen og forskydningen, og på den måde kan fantasien om et totalitært samfund opretholdes. Žižek forklarer, at det homogene samfund, som Nazi-Tyskland forsøgte at etablere, på forhånd var dømt til at fejle, fordi det indebar antagonistiske forhold, som var tilstede uagtet jødens eksistens, men jøden fik rollen som problemet. Žižeks pointe er, at jøden i denne kontekst skal forstås som Nazi-Tysklands symptom. Problemerne i samfundet kan kun ændres ved, at samfundet forstår sig selv i dets symptom, altså Nazi-Tyskland måtte forstå, at de problematiske jøderne blev tillagt, ikke var problematiske, der tilhørte jøden, men tilhørte samfundet (Ibid:179).

I det ovenstående har vi skitseret, hvordan Žižek gennemkrydser fantasmet og forstår, at et samfund må forstå dets symptomer, hvis det vil forstå sig selv.

LACANS DISKURS-FORMLER

I det kommende afsnit ønsker vi at tydeliggøre, hvordan det ideologiske drømmearbejde virker med afsæt i vores redegørelse af Freuds beskrivelse af drømmearbejdet. Efterfølgende ønsker vi at indplacere showet i Lacans diskursformler, som vi vil redegøre for i det følgende.

Lacan anvender begrebet signifianter, men i modsætning til for eksempel Ferdinand de Saussure ser han disse som et netværk af relationer eller en symbolsk kæde, der ikke alene er betydningsbærende, men også betydningsskabende (Lacan 2007:15). I denne forbindelse opstiller Lacan fire diskursformler med det formål at vise, hvordan kommunikationen kan være struktureret, hvor der er fire hovedelementer: Mestersignifiant (S1), viden (S2), subjekt (\$) og begærsobjekt (a). Disse elementer knytter sig til en bestemt plads i diskursformlen: Agenten er placeret i øverste venstre hjørne, adressaten i øverste højre hjørne, sandheden i nederste venstre hjørne og produktet i nederste højre hjørne. Diskursen konstrueres ved, at de fire elementer skifter position i den givne diskursive orden ved at rotere mod venstre. De fire diskurser, der kan være tale om, er Mesterdiskursen, Universitetsdiskursen, Hysterikerens diskurs og Analysandens diskurs, som han illustrerer således:

M	U	A	H
$\frac{S_1}{\$} \rightarrow \frac{S_2}{a}$	$\frac{S_2}{S_1} \rightarrow \frac{a}{\$}$	$\frac{a}{S_2} \rightarrow \frac{\$}{S_1}$	$\frac{\$}{a} \rightarrow \frac{S_1}{S_2}$

(Lacan 2007:29)

Dette skal forstås sådan, at det modus, den enkelte diskursive konstruktion udgør, er forankret i, hvorledes de forskellige elementer er placeret. S1 kan forstås som fadernavnet, S2 som den Symbolske Orden, \$ knytter sig til det imaginære (som et spaltet subjekt) og a knytter sig til den ødipale fase: Begæret.

Spejlstadiet kan læses som en analogi for, hvordan sproget struktureres for den menneskelige bevidsthed. Det, vi er interesserede i at undersøge, er som tidligere nævnt ikke de psykologiske forhold, der gør sig gældende i Knæk Cancer-showet, men snarere den form som showet placerer sig i jævnfør Lacans diskurser. Derfor vil vi med afsæt i Freuds drømmeanalyse i næstkommende afsnit undersøge showet ud fra en drømmeanalytisk tilgang, og efterfølgende ønsker vi at indplacere denne undersøgelse jævnfør Lacans diskurser.

DRØMMEANALYSE

I starten præsenteres vi for værterne, og her omtaler Mikkel Beha sin kollega Cecilie Frøkjær som "Cille" (bilag 4 ref.3), og de taler om "vores skønne TV2-kollegaer" (Ibid), som er deres øvrige kollegaer. Felix Smith omtaler desuden "alle de dejlige mennesker, der sidder klar [til at tage imod opkald]" (bilag 4 ref. 39) og tiltaler senere Mads Vad "Hej min ven" (bilag 4 ref. 87). Vi tolker, at disse venskabelige signifikanter er overensstemmende med Freuds regressive omsætninger, hvilke han beskriver: "[...] hvor primitive udtryks- og fremstillingsmåder erstatter de sædvanelige" (Freud 1988:432). Dette betyder, at den positive og imødekomende tone også inviterer seeren med ind i et 'ufarligt' univers, hvilket i øvrigt bekræfter vores tidligere beskrivelse af diskursen Positive Thinking som et strukturerende princip. Sproget, der anvendes, er i det hele taget præget af populær-kommunikation, hvilket vidner om, at den regressive omsætning muligvis er blevet anvendt som et strategisk redskab, da de fleste mennesker og børn vil kunne forstå, hvad der tales om undervejs i hele showet. Der kan også være tale om aktiv censurering, som altså sker i forhold til at eliminere de negative tilkendegivelser, der kan være om det forhold at være kræftpatient.

For eksempel siger Mikkel Beha: "Husk at hver en krone tæller, vi har brug for dem [...] til at hjælpe de mange, som ... døjer med eftervirkningerne" (bilag 4 ref. 4), hvorefter han smiler til kameraet. Med tanke på hvor massive konsekvenser det kan have for kræftpatienterne at have følgevirkninger, synes ordet "døjer" negligerende. Det kan forstås således, at der sker en censurering, der centrerer sig om Positive Thinking, som vi har beskrevet tidligere. Dette kommer også til udtryk i forbindelse med, da patienten Frederikke skal have kemobehandling som tidligere forklaret (bilag 4 ref.16-35), hvortil der grines af hendes reaktion på den første injektion, og da Felix Smith spørger 'kasssemestre', hvor meget de selv har bidraget med, svarer Peter Frödin: "Vi har hele tiden mobilen oppe og kører forskellige beløb ind" (56:26) med en humoristisk undertone, der indikerer, at det ikke er tilfældet. Det er interessant, da dette kan opfattes som en negligering af dét at donere. Da værterne griner til Peter Frödin af hans udsagn, skynder han sig at fortælle om de, der har ringet ind for at donere, altså yder en slags selvcensurering. Freud skriver om humoren, at den kan bruges til at sige noget, man egentligt ikke mener. Om ironi skriver han:

"Its essence lies in saying the opposite of what one intends to convey to the other person, but in sparing him contradiction by making him understand - by one's tone of voice, by some accompanying gesture, or (where writing is concerned) by some small stylistic indications - that one means the opposite of what one says." (Freud 1960:103).

En anden måde der ydes aktiv censurering og anvendelse af humor er i forbindelse med at Felix Smith og Louise Wolff, som står ved siden af Thomas Evers Poulsen, og han fortæller, hvor mange der har budt på en af Louise Wolffs aflagte bluser, hvortil Felix svarer "Der er ikke nogen, der har budt på Louise endnu vel?", hvortil Thomas svarer "(...)Nej, heller ikke dig!" (bilag 4 ref.192). Det tolker vi således, at Thomas Evers Poulsen korrigerer Felix Smith indenfor vittighedens eget domæne. Det kan forstås sådan, at den positive signifiant oprettholdes, men alligevel korrigeres udsagnet om, at Louise overhovedet skulle være til salg.

Selvzensureringen opstår i flere sammenhænge, når værterne ytrer sig, for eksempel siger værten Louise Wolff: "Så grib endelig (.) røret" (bilag 4 ref. 39), hvilket vi ser som en modificering af udtrykket 'at gribe knoglen'. På den måde censureres udtrykket knoglen væk til fordel for røret. Dette kan forstås i relation til, at ordet knogle kan ses som værende et symbol på en dyster signifiant, som udelukkes af showet. Dette kommer også til udtryk, da Morten Ankerdal kigger på en af de føromtalte papirposer med skrift og henvender sig til sin medvært Louise Wolff og siger: "Jeg tænker, at Silas har klaret den, tænker du det ikke sådan?" hvortil Wolff med slet tøvende stemme svarer: "... Nåeh, hvor fint. Jo. (...) HELT sikkert" (bilag 4 ref. 41).

I flere sammenhænge ser vi eksempler på fortællelser, der jævnfør Freud kan forklares som ubevidste dannelser (Freud 2004:34). For eksempel siger Louise Wolff til kameraet "Uanset om det er mange bække små eller en stor å, så bliver vi ligeglade for det hele" (bilag 4 ref. 116). Eller da en af arrangørerne bag en fest i Aabybro siger "Jamen selvfølgelig betyder det meget for mig at støtte kræften" (bilag 4 ref. 301) eller da Puk Elgaard siger "(...) når danskerne ringer ind og fortæller, hvorfor de donerer til kræft, jeg (...) eller hmm, til kampen mod, jo, ehbeh" (bilag 4 ref. 311). Sidstnævnte anskuer vi som en selvzensurering, at Puk korrigerer sig selv. Overordnet kan fortællelserne forstås således, at showet i sig selv indebærer en så massiv over-emotionalisering, at showet ikke længere synes at have en bagvedliggende reference for værterne, således det muligvis fremstår en smule konfust, hvad formålet egentligt er med denne begivenhed.

I starten af showet ses to af værterne Cecilie Frøkjær og Mikkel Beha foran en stor mængde papirposer, som er dekorerede. Vi læser, at denne opstilling er funderet i en art fortætning: De afdøde har fortættet sig til papirposer. Yderligere er der sket en forskydning, den kvalitative værdi, de afdøde har, har forskudt sig kvantitativt ud i hele showets format. De bliver omtalt meget kort, eksempelvis når Morten Ankerdal og Louise Wolff kort læser op fra nogle af poserne (bilag 4 ref. 39), og ellers er de kun en del af et udendørsområde, hvor de frem-

står som pynt for scenen. Måden, hvorpå de har forskudt sig kvantitativt som pynt, viser sig derved, idet at de optræder i baggrunden (bilag 4 ref. 16;73;75;93;108;146;318).

Derimod lægges der i højere grad vægt på livgivende signifikanser, for eksempel siger Louise Wolff: "Som man nok kan fornemme, så summer det af liv herinde " (bilag 4 ref. 39) eller popsangeren Medina, der siger "Selv der hvor der er allermørkest, der vil der være nogle momenter, som vil være nogle af de bedste i det liv, der enten er tilbage eller som man [...] får givet tilbage" (bilag 4 ref. 42). Desuden forklarer Anders Breinholt, at: "man tager tit be- demands-minen på", når man taler med kræftpatienter, mens hans erfaring har vist, at det er bedre, hvis man "stiller sådan nogle virkelig dumme og nærværende spørgsmål", fordi det gør tingene meget nemmere (bilag 4 ref. 83). Dette forstår vi som en aktiv censurering af de negative forhold, som kræftsygdommen kan medføre, herunder dødsangst, komplikationer i forbindelse med behandling osv. Cecilie Frøkjær stiller endvidere om til et linedance arrangement, som hun omtaler: "et sted, hvor altså støtten er massiv og humøret er højt, det er hos mine to TV2-kollegaer" (bilag 4 ref. 100) Efterfølgende siger værten Lasse Sjørlev, at "ja altså selvom det hele jo godt kan være trist ovenpå sådan en aften her, så er der altså noget rigtig rigtig livsbekræftende, der foregår her (...)" (bilag 4 ref.101). Dette forstår vi som en forskydning, da de kvalitative repræsentationer af for eksempel kræftpatienter har været minimale, og at de negative elementer censureres til fordel for det positive, som vi omtaler livgivende. Det samme gør sig gældende, da en af arrangørerne bag en koncert interviewes. Han siger: "De fejrer, at vi også kan gøre noget godt, ikke nødvendigvis behøver at dvæle ved alt det sørgelige, i dag fejrer vi også livet" (bilag 4 ref. 302). Desuden siger Puk Elgaard om en kræftpatient, at "Hun vil selvfølgelig gøre alt, hvad hun overhovedet kan, for at overleve den her kræftsygdom, ikke mindst for børnenes skyld" (bilag 4 ref. 326). Eller da Cecilie Frøkjær introducerer til Kristina, som var med i programmet i 2016, og som Frøkjær forklarer "[...] hun fortæller også om, hvordan hun sådan meget stædigt gør, for at holde fast i det gode liv" (bilag 4 ref. 385). Overvejende synes det som om, at der sker en regressiv omsætning, forstået på den måde at de negative forhold, som kræftpatienter oplever, censureres væk til fordel for snarere det modsatte: Livgivende signifikanser, hvor der fortsat fokuseres på positive forhold.

Der opstår et afbrud i denne positive fortælling, herunder da Nikolaj Koppel siger til Louise Wolff, at:

"[...] som du siger, der er jo en masse håbefulde og positive historier, der er jo også på en aften, hvor vi gør alt for at redde så mange som muligt, så er der jo også dem, der sidder og ser sådan et program som i aften, som måske har fået at vide, at de har kort tid igen og sådan

var det for den kvinde, der ringede ind til mig, hun [...] havde et år tilbage at leve i [...] hun ville gerne aflevere det budskab at, ehm, os der sad herinde og rundt i Danmark, at vi skal på sådan en aften huske på de gode historier, men vi skal altså også lige huske dem, hvis liv ikke står til at redde [...]" (bilag 4 ref. 396).

Dette brud ser vi som et aktivt brud med den eksisterende symbolske orden, for Koppel afbryder den symbolske, positive og livgivende orden med signifikanter, der henvender sig til det, at kræften kan medføre en dødsdom. Dette ser vi som, at Koppel involverer en fortætning, der vedrører en anden orden end den positive. Dette kan ses som en modificering eller censurering af de positive tilkendegivelser, der har været fremført tidligere.

Den aktive censurering vises også, da der en time inde i programmet klippes lydmæssigt til Louise Wolff og Felix Smith, som diskuterer. Louise siger til Felix "JOJO men vi går videre (...)", hvorefter der hurtigt skrues ned for lyden. Derefter skiftes der kamera til dem, og Louise siger til kameraet "OG så er vi altså nået til det tidspunkt på aftenen (latter)" (bilag 4 ref. 89) "og vi stod lige og kiggede her, for hvor er vi henne, hvor er vi egentligt henne?" Felix "ja hvor er vi egentligt henne?" (bilag 4 ref. 90), hvilket vi forstår som en måde at censurere deres mindre kontrovers, muligvis med den hensigt at opretholde de venskabelige signifikanters orden.

Det omtales ofte, at kræftpatienter er kæmpere og dette kommer til udtryk i ytringer, for eksempel siger Morten Ankerdal "Nogle af dem, der klarede kræften eller kæmper lige nu" (bilag 4 ref.41) eller da han siger "Vi har fået en meget større åbenhed om det at have kræft og det at kæmpe med kræft" (bilag 4 ref.74) Desuden viser det sig også, da en patient netop har fået beskeden om, at han er kræftfri, og Morten Ankerdal efterfølgende giver ham en high-five (bilag 4 ref.96), som kan ses som en fortætning af, at patienten har kæmpet, og overvundet sygdommen, altså som et art besejret subjekt. Dette honoreres ved en positiv tilkendegivelse, en highfive, fordi vedkommende altså ikke længere har kræft.

En patient fortæller, at han har fået konstateret en hjernetumor tilbage i 2010 og fik at vide, at han havde kort tid tilbage at leve i, "Men [jeg] prøvede også at vende det lidt positivt, fordi [...] hvis jeg nu var død i en trafikulykke såeh, her kunne jeg i det mindste nå at tage afsked med dem jeg holder af [...]" Hvortil Morten Ankerdal siger: "Og den gode nyhed er jo, at du er her jo stadigvæk (latter), og det er faktisk sådan, at Peter har altså noget at tage sig til" (bilag 4 ref. 108). Efterfølgende vises der klip til Peter, der kører bus som tidligere forklaret. Dernæst vises der klip af Puk Elgaard, der siger: "Det er nemlig rigtigt, man skal aldrig no-

gensinde give op" (bilag 4 ref. 114). Det forstår vi som et udtryk for forskydning af den kvalitative repræsentation, der netop har været i forbindelse med interview af Peter til at overgå i en forskydning til en normativ opfordring om "aldrig at give op", og at det tillægges en positiv værdi at 'have noget at tage sig til'. Det stemmer også overens med dette Symbolske Rum, da en af arrangørerne bag et motionsløb interviewes, og hun siger "Man skal ikke bare sætte sig tilbage i sin sofa og lade livet gå i stå, livet går videre, man har masser at kæmpe for alligevel" (bilag 4 ref.120). Dette ser vi som en aktiv censurering af de negative følger af at have kræft og dermed en fortætning af alle de positive tilkendegivelser, der kan fremføres.

Senere i showet beretter komikeren Geo om, hvordan han har oplevet sine senfølger, da Louise Wolff spørger ham: "Hva' døjer du med i dag?" (bilag 4 ref. 133), hvortil han blandt andet fortæller, at han har fået opereret en del af sin ene lunge væk, og at han er meget øm i det område, og at det er pinefuldt, hvis nogen rører ham der. Mens han fortæller videre, prikker Thomas Skov, som sidder ved siden af ham, lige netop der, hvor Geo har store smerter og Geo laver en grimasse. Louise Wolff griner til Thomas og siger "la' da være Thomas (latter)" (Ibid). Dette ser vi som en aktiv opretholdelse af den positive orden og samtidigt en negligering af det negative, som signifikanterne synes at referere til gennem hele showet.

Der sker dog endnu et brud cirka to timer inde i showet. Her repræsenteres en kvalitativ repræsentation af to patienter, der er konstateret raske, som fortæller om deres forløb. Den ene Charlotte er blevet inkontinent, og den anden Per fortæller, at selvom han havde et relativt kort kræftforløb på en uge, fik han så stor en identitetskrise, at han begyndte at drikke, han ikke havde overskud til sine børn og led af angstanfald (1:47). Cecilie Frøkjær afslutter med at bemærke, at nogle af de donerede penge går til Foreningen for Senfølger. Dette er den eneste gang, vi mener, der er tale om en ærlig og kvalitativ repræsentation af de negative følgevirkninger ved at have kræft.

ARBEJDETS FORSKYDNING

Som beskrevet tidligere kan vi forstå en donation som en vare, og i forbindelse med drømmearbejdet forstår vi derfor, at forbruget fortættes som velgørende donationer og forskyder sig i forskellige relationer i showet.

Et element, der opleves flere gange i showet, er, hvor nogle mennesker donerer penge til Knæk Cancer ved at udøve sport (bilag 4 ref 45, 80, 397). Dette ses eksempelvis ved den handicappede mand Daniel, der får sponsorater, alt efter hvor langt han cykler på en motionscykel (bilag 4 ref. 45), eller når Mette Blomsterberg er med en folkeskole på motionsløb, hvor der bliver doneret 50 øre for hver kilometer, der bliver løbet (bilag 4 ref. 80). Her for-

står vi, at donationen bliver forskudt i den forstand, at det logiske ud fra Knæk Cancers egen præmis ville være, at disse sponsorer donerede penge til Knæk Cancer, uagtet om der blev dyrket motion eller ej, men i stedet får donationen form som et produkt af et arbejde, altså en vare.

Dette skaber en antagelse om, at Knæk Cancer er noget, der samler de antagonistiske relationer i samfundet ved at give alle mulighed for at knække cancer: Overklassen får mulighed for at give arbejderklassen penge for at udføre et stykke arbejde. De sociale klasser har i denne forbindelse brug for hinanden for at nyde deres produktion. Ved at klasserne identificerer sig med hinanden, skabes muligheden for, at de kan nyde sammen, og netop det at nyde sammen er det, nydelsen er i dette tilfælde. Dette sker også med andet end sport og sponsorater, men i stedet mennesker, der producerer varer og sælger disse med henblik på at donere pengene (bilag 4 ref. 69;79;87;88;115;116;142;189;191;414;433). Eksempelvis interviewer Felix Mads Vad, der fortæller, at en personalegruppe har bagt en masse kage, som de har solgt (bilag 4 ref. 87).

Det kommer til udtryk, hvordan forskellige sociale grupper bliver samlet i Knæk Cancer-showet. Emil Beha, der sidder i callcenteret, fortæller, at han både har talt med små piger, der giver hele deres opsparing, og fortæller, at rockergruppen Bandidos også har doneret penge (bilag 4 ref. 434).

I forhold til det politiske miljø opstår der også en fortætning, muligvis en komplet censurering af de politiske relationer. Når politikere medvirker i showet, er det helt uden noget forhold til politik, eller hvordan deres politiske ideologi forholder sig til konceptet Knæk Cancer, eller den måde hvorpå Kræftens Bekæmpelse har indvirken i det danske politiske miljø. Politikerne bliver ikke spurgt ind til deres politik, ej heller udtrykker de sig derom. Så de politiske antagonistiske forhold er fortrængt eller censureret ud (bilag 4 ref. 116;142).

I forhold til forbruget mener vi, at der er sket en forskydning. I varefetichismen har forholdet mellem mennesker forskudt sig til at være et forhold mellem ting, altså et forhold der er i forbruget, og i Knæk Cancer har dette forbrug fortættet sig, så det tager form af en donation. Dette forbrug viser sig, når Felix og Louise fortæller, at man kan vinde en bil ved at donere (bilag 4 ref. 70;91;172;397). Her har forbruget været udsat for en fortætning og bliver til en sammenblanding af to ting, en konkurrence om en bil og en godgørende akt hvor seeren bidrager til at knække cancer. Louise Wolff udtrykker dette eksplicit og siger, at man gerne må donere "af sit gode hjerte, men man må også deltage i lodtrækningen af en bil" (bilag 4 ref. 172). Her kommer forbrugets forskydning til udtryk i det, at Louise nærmest eksplicit giver

udtryk for, at det er ligegyldigt, hvorfor man forbruger, bare man gør det.

De varefetichiske forhold har fortættet sig i et begær rettet mod, hvad man kan vinde i konkurrencerne, en bil eller en rejse, hvilket vi forstår som et udtryk for det gode som værende noget, man kan købe for penge, hvor alles begær har fortættet sig i form af en bil eller en rejse. Dette begær har forskudt sig i showet og viser sig, når Felix Smith og Louise Wolff taler om præmierne, eller når der blive vist reklamefilm for præmierne (bilag 4 ref 71;90;91;106;193;195;352;376;398).

Vi ser at synet på børn er blevet fortættet. Børnene tager del i begivenheden om at knække cancer, eksempelvis taler Puk Elgaard med to piger over en skype-forbindelse, der har malet Knæk Cancer blomster på stearinlys og sælger dem (bilag 4 ref. 69). Desuden fortæller konditoren Mette Blomsterberg, som sidder i callcenteret, at hun har talt med to piger på 13 og 14 år, der har lavet bolsjer og sælger disse for at indsamle penge til Knæk Cancer (bilag 4 ref. 79). Børns rolle har fortættet sig til en rolle hvor de får myndighed - og i flere sammenhænge særstatus - til at bidrage til forbruget. Hvordan forståelsen af børn divergerer fra den måde, vi almindeligvis anser børns rolle på kommer især til udtryk da Louise taler med Mikkel Beha, der fortæller at han har talt med nogle piger der giver deres egne lommepenge til Knæk Cancer (bilag 4 ref. 434). Der bliver ikke spurgt ind til hvorvidt det er børns opgave at give deres egne lommepenge for at 'kurere' sygdommen, tværtimod bliver dette modtaget, og børnene bliver inddraget i forbruget. Pointen med denne fortætning af individer kan sammenlignes med hvordan Freud beskriver der sker en fortætning af personer i en drøm. Her bliver alle donorer fortættet, og bliver til et individ der kun kan donere.

En anden måde hvorpå forbruget har forskudt sig er gennem festligheder. Undervejs i showet ser vi Lasse Sjørlev og Janni Pedersen eller Karin Cruz der besøger forskellige festlige arrangementer der alle bliver afholdt for at indsamle penge til Knæk Cancer (bilag 4 ref. 101;120;296;361;381). Dette oplever vi når Janni Pedersen og Lasse Sjørlev besøger et line-dance arrangement i Herlev (bilag 4 ref 101), hvor alle deltagere betaler et beløb for at være med, og så danser de linedance. Dette kan naturligvis også ses i forbindelse med Alan Brymanns teori om maskering af forbrug, hvor forbruget bliver gjort til en god oplevelse

Ligeledes bliver der altid sagt tak til vinderne af konkurrencerne, tak for de penge som de har doneret (bilag 4 ref 119), og ofte når Louise Wolff og Felix Smith står i callcenteret, fortæller de, hvor glade de er for alle de penge, der er samlet sammen (bilag 4 ref. 140). Dette komme også til udtryk, når Louise Wolff taler med Annemette Krakau fra Billedbladet. Lige

inden Krakau fortæller, hvor mange penge Aller Media og læserne har samlet sammen, siger Krakau: "Hold fast Louise, jeg tager min seddel frem, fordi det skal siges med følelser det her tal, det er nemlig stort[...]" (bilag 4 ref. 395).

Undervejs i showet er der sketches, hvor den samme mand ses i forskellige situationer og bliver ekstatisk, når han vinder en konkurrence. Eksempelvis er der en sketch, hvor han vinder i banko og fejrer dette på mange forskellige måder (bilag 4 ref. 66). Disse sketches er altid efterfulgt af et speak, der siger: "ja det er nemlig dejligt at vinde, men du kan også vælge at deltage i noget, der giver mere igen" (bilag 4 ref. 66;105;352), hvorefter der vises en reklame for enten en bil eller en rejse. Her mener vi, at i disse sketches er begæret fortættet i form af at 'vinde' en bil eller en rejse, men udtrykket for dette begær har forskudt sig, fordi det bliver vist med en sketch, altså humor, og derved får begæret lov til at vise sig. Vi forstår derfor, at der er et begær efter varer, men dette begær har fortættet sig til et begær om at donere penge, og dette begær forskyder sig på mange forskellige måder i showet.

DISKURSIVE KONSTRUKTIONER

I ovenstående analyse har vi med udgangspunkt i Žižeks teori forsøgt at udlægge, hvordan et symbolsk rum kan forme sig, herunder belyse hvordan forskellige signifikanter interagerer med hinanden. I det følgende ønsker vi at indplacere de signifikanter, vi har identificeret i drømmeanalysen med afsæt i Lacans diskurser.

Vi har fundet, at der eksisterer to diskursive konstruktioner, der er forankret i henholdsvis Universitetsdiskursen og Mesterdiskursen, hvilket vi vil udrede i det følgende. Med afsæt i en efterfølgende diskussion om nydelse vil vi undersøge, hvordan disse diskurser opretholdes og på hvilke betingelser, de eksisterer.

Da vi tager udgangspunkt i Knæk Cancer som show, er vi interesserede i at undersøge formen og de sproglige begivenheder undervejs i programmet, og altså ikke som sådan undersøge for eksempel de individuelle psykologiske bagvedliggende årsager til ytringer. Snarere er vi interesserede i at undersøge showet som en kulturel begivenhed.

UNIVERSITETSDISKURSEN

Lacan beskriver universitetsdiskursen ved, at universitetet står på agentens plads. Dette betyder, at universitetet, her forstået som formidler af sandheden, har taget mesterens plads. Nu er der altså ikke en mester, der bestemmer, hvad der er rigtigt og forkert, men derimod er der en forståelse af, at en form for objektiv viden er styrende for, hvordan samfundet bør

indrettes (Lacan 2007:104).

Formlen ser derfor således ud:

U

$$\frac{S_2}{S_1} \rightarrow \frac{a}{\S}$$

Når vi forstår vores case som en universitetsdiskurs, forstår vi derved, at der er en viden (S2), som er styrende for samfundet, eller mere specifikt er den diskurs, vi oplever i Knæk Cancer-showet. Denne viden er en viden om, at cancer skal knækkes, og at dette gøres ved at donere penge, lave Knæk Cancer-blomster, købe pins og meget mere – kort sagt: Ved at forbruge. Som Bjerre og Lausten skriver i *Den Nyttige Idiot* er universitetsdiskursen kapitalismens diskurs (Bjerre & Lausten 2013:83), det vil sige, at al viden ligger tilgængelig, og at man som menneske blot skal forbruge og nyde. Dette kommer også til udtryk i vores case ved, at der er viden om, at man knækker cancer ved at forbruge, så derfor skal man forbruge. Dette er, hvad vi beskrev tidligere i analysen af det ideologiske drømmearbejde, altså hvordan arbejdet har forskudt sig i den forstand, at mennesker dyrker sport eller producerer varer, som kan sælges, og hvor indtjeningen går til Knæk Cancer. Denne måde at handle på er den viden, der indtager agentens plads.

Det næste led i Lacans diskursformel er adressaten, som i universitetsdiskursen er optaget af begæret eller objekt lille a. Her skriver Lacan, at det er "the a student" (Ibid:105), der tager denne plads, og med dette forstår vi den gode studerende. Altså det individ, der konstant søger mere viden, da dette er, hvad universitetsdiskursen begærer. Ved at forstå Knæk Cancer ud fra universitetsdiskursen er det naturligvis ikke mere viden i samme forstand som ved den konkrete universitetsdiskurs, men det er et begær efter, hvad den 'objektive viden', som der står på agentens plads, fremsiger. Så for Knæk Cancer er dette et begær efter mere forbrug. Universitetsdiskursen er en selvbekræftende diskurs, en cirkelbevægelse mellem de to øverste dele i formlen, hvor der på agentens plads bliver udtrykt en objektiv sandhed, og adressatens plads er en bekræftelse af denne udtrykte sandhed, da begæret er et begær efter mere af den objektive sandhed, agenten fremsiger. Derfor mener vi, at begæret i dette tilfælde er efter mere forbrug.

Ud fra drømmearbejdet analyserede vi, hvordan de fetichistiske forhold er fortættet og er blevet til forbrug, hvilket er tilfældet, når forbruget indtager adressatens plads. Adressaten er som sagt 'mere viden', og i vores case er det mere forbrug: Når donationer viser sig i en

relation med at vinde en konkurrence, er dette for at skabe mere velgørenhed og derved mere forbrug.

Lacan fortæller en anekdote om, at han ser nogle studerende, der diskuterer objektiv videnskab og søger at gøre den objektive videnskab til et subjekt, i den forstand at videnskaben er bærer af den sande viden, hvorefter de bliver irettesat af en underviser. Videnskaben bærer ikke nogen objektiv sandhed. Lacan forklarer derimod, at videnskaben er et produkt af menneskelige konstruktioner, hvilket er sandheden i universitetsdiskursen (Ibid:106), som udgør pladsen i nederste venstre hjørne, altså sandhedens plads.

Det, at videnskaben ikke er en objektiv sandhed, men blot er et produkt af menneskets egen forståelse af dets erkendelse, udgør derved mestersignifiannten.

Den skjulte mestersignifiant for Knæk Cancer i universitetsdiskursen forstår vi som de kommercielle forhold.

Den filantrokapitalistiske virkemåde forstår vi som værende den mestersignifiant, der er på sandhedens plads, hvilket vi forstår med henvisning til specialets indledende analyse, hvor vi redegjorde for, hvordan Kræftens Bekæmpelse opererer som en profitmaksimerende organisation, hvortil Knæk Cancer-showet er et virkemiddel. Den skjulte mestersignifiant er derfor kapitalismen, der gennem den 'objektive sandhed' omformer forbruget til at få form af en god handling. Dette bekræfter også, hvordan drømmearbejdet har forskudt forbruget til at være en god handling, herunder den gode handling, som er den 'objektive sandhed', der står på adressatens plads. Denne er kun god så længe, at den mestersignifiant, der ligger bag, netop kapitalismen, forbliver skjult. På den måde bekræfter vores forståelse af Knæk Cancer som en universitetsdiskurs vores tolkning af det ideologiske drømmearbejde.

Den sidste plads i Lacans formel er produktets plads, og den plads indtager det spaltede subjekt. I Lacans anekdote fortæller han, hvordan de studerende befinder sig en situation, hvor de på en måde forstår, at 'den objektive viden', de har en forestilling om, ikke er en objektiv viden, men et menneskeskabt produkt samtidig med, at de ikke ved, hvad de skal gøre udover at forsøge at forsvare denne position. Det spaltede subjekts dilemma er, at det fornemmer, at det samfund, det befinder sig i, ikke er 'objektivt sandt', men det har ikke mulighed til at modbevise dette.

Žižek beskriver dette med en vittighed i sin bog *Welcome to the Desert of the Real*:

"In an old joke from the defunct German Democratic Republic, a German worker gets a job in Siberia; aware of how all mail will be read by the censors, he tells his friends: 'Let's establish a code: if a letter you get from me is written in ordinary blue ink, it's true; if it's written in red

ink, it's false.' After a month, his friends get the first letter, written in blue ink: 'Everything is wonderful here: the shops are full, food is abundant, apartments are large and properly heated, cinemas show films from the West, there are many beautiful girls ready for an affair, the only thing you can't get is red ink.'" (Žižek 2002:1)

Žižeks pointe med denne joke er, at tyskeren, der har fået arbejde i Sibirien, er det kapitalistisk-kritiske individ i vesten: Han ved, at der er noget, der ikke fungerer, som det skal, men han har ikke mulighed for at udtrykke det. Tyskeren i vittigheden har ikke det røde blæk, det er ikke en mulighed for ham at udtrykke, hvilke problemer der i det sovjetiske Sibirien, udover selvfølgelig at han mangler det røde blæk. Hvis han skriver med det blå blæk, vil hans kritik blive censureret af den kommunistiske regering, og han har ikke mulighed for at udnytte det kodesprog, der er etableret med hans kammerat, da der ikke er rødt blæk. På samme måde står de studerende i Lacans anekdote uden det røde blæk, og ligeledes har den kapitalistiske utilitarist ikke mulighed for at udtrykke de problematikker, kapitalismen står overfor, fordi han simpelthen ikke har sproget til det.

I universitetsdiskursen står det spaltede subjekt uden rødt blæk, der er kun den objektive sandhed, og netop da den er objektivt sand, så har den ikke noget modsvar. Den samme situation står individet i i forbindelse med Knæk Cancer.

Som vi i vores undersøgelse af drømmearbejdet viste, samles Knæk Cancer-individerne, og de får et fælles subjektivt træk, netop at de vil knække cancer. Det er, hvad subjektet reduceres til i denne diskurs: Uanset om man er barn eller voksen, politiker eller rocker, så har man samme udgangspunkt i Knæk Cancer. Dette subjekt er spaltet, fordi det ville være forkert at stille sig imod Knæk Cancer som koncept i universitetsdiskursen, fordi man hermed stiller sig imod det gode og det barmhjertige i den objektive sandhed.

Dette kommer også til udtryk, hvis man undersøger navnet på organisationen bag, altså Kræftens Bekæmpelse. Med dette navn for en organisation indbefatter man alt, der er imod kræft, det ligger eksplicit i navnet. Derfor, hvis man er modstander af Kræftens Bekæmpelse, er man ud fra navnets logik for kræft.

MESTERDISKURSEN

Sideløbende med Universitetsdiskursen eksisterer også en Mesterdiskurs, som er funderet i det overordnede strukturerende princip, vi tidligere har beskrevet som værende Positive Thinking. Den vil vi i det følgende analysere.

Diskursen illustreres således:

M

$$\frac{S_1}{\$} \rightarrow \frac{S_2}{a}$$

Hvis vi overfører Lacans idé om Mesterdiskursen på showet, kan det forstås sådan, at Mestersignifanten udgør S_1 og placerer sig på agentens plads. Mestersignifanten udgør Positive Thinking, som overordnet princip. Det betyder, at værternes og speakerens tilkendegivelser tilskrives i denne orden af signifikanter, som også vist i den foregående analyse. Det kommer særligt til udtryk, når der aktivt censureres tilkendegivelser, der har negativ karakter, uanset om det er forankret i en mindre kontrovers værterne imellem, at en patient med en hjernetumor er blevet dødsdømt af lægerne, eller at sagen i sig selv (at knække cancer) er blevet så emotionelt overdetermineret og diffus, at det til tider forveksles med at "støtte kræft". Det betyder også, at der på Agentens plads står et narrativ, der konstrueres gennem værternes ytringer, voiceover samt sketches med flere, der tilsammen udgør et påbud om at forholde sig positivt til sygdommen og kræftpatienter.

Det betyder endvidere, at der på adressatens plads står viden (S_2). Denne viden er henvendt folkets, seerne og øvrigt medvirkende i showet. Den indebærer, at de ikke alene skal forholde sig med økonomiske bidrag, men også udforme Knæk Cancer-blomster på sociale medier og bære et fysisk eller virtuelt emblem. Viden er forankret i, at der skal "kæmpes", og at alle skal bidrage til denne kamp. Det kan også læses i forhold til analysen med Ehrenreich, der beskrev, hvordan pårørende til kræftsyge bliver opmuntret til at opretholde meningskonstruktioner om, at den kræftsyge skal forholde sig positivt og omfavne sygdommen, som var den en gave. Denne diskurs viser således, at kræftpatienterne skal udkæmpe kampen under deres sygdomsforløb, og seerne skal kæmpe for at knække cancer. Lacan referer i forhold til mesterdiskursen til Hegels herre-slave-dialektik og skriver: "what I am claiming about the slave as being characterized as the one who is the support of knowledge is not in doubt" (Lacan 2007:21). Det betyder således, at den viden, der stilles til rådighed, er indiskutabel, der stilles med andre ord ikke spørgsmålstejn til den viden, der præsenteres af mesteren på agentens plads. Det kommer sådan til udtryk, at kræftpatienter ikke skal læne sig tilbage, men tværtimod være produktive som beskrevet i drømmearbejdet.

Sandheden eksisterer i kraft af de subjekter (\$), der udgør blokering for S_1 's mulighed for at opretholde Positive Thinking. Disse subjekter er spaltede, da de også bærer negative konsekvenser, der følger med kræftsygdommen herunder det absolut negative: Mulighed for

døden. Agenten opretholder en mesterdiskurs om, at det er kræftpatienternes egen skyld, hvis de lader sig påvirke negativt af sygdommen. Sandheden, der fortælles, er tværtimod, at kræftpatienterne må kæmpe, og at det i øvrigt er op til donorerne at medvirke til denne kamp. På produktets plads (a) er begærsobjektet, der handler kræftpatienter, som 'nyder godt' af den særlige omsorg, kærlighed, empati osv., der almindeligvis følger at være alvorligt syg, og dette skaber en blokering for Mestersignifienten, Positive Thinking. Dette skal forstås således, at idet den kræftsye ikke længere er produktiv, men blot 'læner sig tilbage' og nyder godt af den omsorg og anerkendelse, de modtager qua deres sygdomssituation, efterleves Positive Thinkings fremsigelser ikke. Derfor skaber dette et begær for Agenten om at destruere den anerkendelse, de kræftsye tillægges, hvorfor der i dette Symbolske Rum advokeres for, at patienterne må kæmpe.

Ud fra en forståelse af det ideologiske drømmearbejde sammenkoblet med uddrag af Freuds psykoanalyse og i forbindelse med Lacans diskursive formler har vi vist, hvordan, vi mener, Knæk Cancer har en ideologisk effekt på individet. Dette har vi beskrevet ud fra to diskurser, universitetsdiskursen og mesterdiskursen, hvilke operer sideløbende. Universitetsdiskursen beskriver, hvordan de økonomiske forhold forskyder sig i showet, og mesterdiskursen beskriver, hvordan samfundet opmuntrer kræftpatienter til at handle.

Žižek skriver, at i gennemkrydsning af fantasmet skal denne diskursive analyse understøttes af en analyse, hvor man "[...] tilsigter at uddrage *nydelsens* kerne, at artikulere den måde, hvorpå en ideologi – hinsides betydningsfeltet, men samtidig internt i det – indebærer, manipulerer, producerer en fantasmatisk struktureret præ-ideologisk nydelse." (Žižek 2010:175). Dette betyder, at der i fantasmet er en kerne af nydelse, og denne kerne skal findes både inde i fantasmet altså i Knæk Cancer-showet, men også som en præ-ideologisk nydelse: En nydelse, der er uafhængig af ideologiens indhold, men der viser sig i ideologiens form. Den kommende del af analysen vil derfor først indeholde en redegørelse af nydelsesbegrebet, hvorefter vi vil undersøge, hvordan dette viser sig i de diskurser, vi har fundet.

NYDELSE

I forhold til Lacans tænkning kan nydelsesbegrebet forstås som det at nyde sit symptom forstået på den måde, at for eksempel masochisten: "He gets his kicks by enjoying within limits that are moreover discreet, naturally, and like any good masochist, as you can see, you just have to read him, he finds it funny" (Lacan 2007:67). Det betyder derfor, at nydelsen ikke nødvendigvis er forankret i en positiv oplevelse, men såvel (og måske snarere) kan være en destruerende aktivitet.

Žižek skriver, at: "[...] merværdien hos Marx [...] er udtryk for logikken i det lacanianske objekt

petit a som indbegrebet af mer-nydelsen" (Žižek 2010:94).

Med dette forklarer han, at mer-nydelsen kan forstås analogt med, hvad Marx kalder merværdien i kapitalismen. I den kapitalistiske økonomi vil der altid være en merværdi, da det er dens forudsætning: Arbejdskraften har taget form som en vare, og da arbejdskraften er den vare, der skaber mere værdi, end den koster, derfor vil der altid være merværdi. Mer-nydelsen beskriver Lacan også i forhold til Marx: "What Marx denounces in surplus value is the spoliation of jouissance, and yet, this surplus value is a memorial to surplus jouissance, its equivalent of surplus jouissance" (Lacan 2010:81). Det betyder, at der altid være et overskud i nydelsen, som ikke viser sig. Dette betyder, at de to 'objekt lille a', vi har identificeret i vores diskurser, er indbegrebet af mer-nydelsen (Žižek 2010:95).

I universitetsdiskursen kan vi identificere nydelse på adressatens plads. Her er nydelse netop i det begær, subjektet har for mere forbrug. Dette begær giver en nydelse, hvilket netop er kapitalismens virkemåde: Mennesket skal forbruge – og nyde. Universitetsdiskursens præmis er udgangspunktet for handling ud fra en objektiv viden, som handler om at forbruge. Som beskrevet tidligere er denne objektive viden ikke en objektiv viden, men derimod konstrueret. Det betyder, at når adressaten agerer i forhold til denne viden ved at forbruge, er mestersignifanten (filantrokapitalismen) skjult. Mer-nydelsen er afhængig af, at filantrokapitalismen som mestersignifiant er skjult, seeren skal blot nyde og forbruge, hvilket udgør produktet. Kapitalismen er også liberalismens diskurs, hvilket betyder, at individet er frit, men dette er blot skin, da individet netop er fanget i forbruget.

Dette kan ses i lysets af Žižeks kritik af kapitalismen. Žižek beskriver, at individer i kapitalismen forstår dem selv som frie individer (Ibid:74). Her indtager den liberale ideologi om frihed agentens plads, og de frie individer er adressaten, som bekræfter agenten, altså liberalismen. Når Žižek, med udgangspunkt i Marx, beskriver overgangen fra det feudale til det kapitalistiske samfund, skriver han:

"Med etablering af det borgerlige samfund bliver herredømme- og trældomsrelationerne *fortrængt*: Formelt har vi angiveligt at gøre med frie subjekter, hvis interpersonelle relationer er tømt for enhver fetichisme. Den fortrængte sandhed – nemlig sandheden om herredømmets og trældommens vedvaren – dukker op som et symptom, der nedbryder den ideologiske fremtoning af frihed, lighed osv." (Ibid:65).

Kapitalismens sandhed er altså, at disse frie individer ikke er frie, men underkastet herredømme- og trældomsrelationerne. Denne mekanisme er, hvad vi forsøger at belyse som noget, der gør sig gældende, når vi forstår Knæk Cancer som en universitetsdiskurs. Kapita-

lismen skaber nogle retningslinjer, og når mennesket indordner sig efter disse retningslinjer, er der en nydelse, som er forbundet med netop dette: Det nyder sit symptom, at det ikke er frit. Dette er den præ-ideologiske nydelse, der kommer til udtryk i universitetsdiskursen, en nydelse, som ikke er et produkt af indholdet i showet, men et produkt af den Symbolske Orden.

I mesterdiskursen befinder objekt lille a sig på produktets plads, og denne forstår vi som værende produktet af Positive Thinking. Produktet er som sagt tidligere, at den omsorg og kærlighed, som kræftpatienter nyder 'særlig godt af', bliver forskudt. Den svaghed sygdommen medfører for kræftpatienterne, vinder ikke indpas i Knæk Cancer-showet, da Positive Thinking-diskursen fordrer, at kræftpatienterne skal være *fighters*: Der er ikke rum til at læne sig tilbage og være uproduktiv. Dette kan måske forstås i forbindelse med, hvordan Žižek fremfører, at der for at skabe betydning ved et fænomen eller et subjekt er en overføring. En af hans pointer er i forhold til "[...] *det subjekt, der formodes at nyde [...]*" (Žižek 2010:40) er, at der skabes en forståelse af, at den Anden nyder noget, som man selv ikke har adgang til. Žižek benytter sig af et eksempel om racisme, hvortil han skriver: "Den Anden (jøden, araberne, negeren) antages altid at have adgang til en specifik nydelse, og det er i virkeligheden det, der generer os." (Ibid:241). Dette skal forstås således, at der i Nazi-Tyskland var de beskrevne fordomme om jøder, at de forpurrer økonomien, forfører unge kvinder osv., hvortil Žižek tilføjer, at den tyske befolknings problem var, at jøden havde adgang til en nydelse, som tyskeren ikke selv havde.

Dette er hvad, vi også mener, der gør sig gældende i Knæk Cancer, når vi forstår dette show som en mesterdiskurs. Her har patienterne adgang til en nydelse, andre ikke kan nærme sig. Vi hævder, at Positive Thinkings funktion netop giver muligheden for, at alle andre end kræftpatienterne kan nyde, og at to mulige fortolkninger gør sig gældende: Den første er den, som vi har beskrevet indtil nu, at Positive Thinking destruerer den nydelse (omsorg m.v.), de kræftramte har adgang til ved at gøre kræftramte til kæmpere.

Den anden forståelse er i forlængelse af denne. Ikke nok med, at de kræftramte gøres til kæmpere, er det også nogle kæmpere, der har brug for (seerens) støtte. Dette er både i form af påskønnelse til at producere, men også i form af donationer. Ved at forstå donationerne som medvirkende til at knække kræften, får seerne del i den nydelse, der er i at *besejre* kræft. Det at tage del i denne sejr, giver mulighed for mer-nydelse, da kræftpatienternes nydelse af omsorg maskeres ved at gøre de kræftramte til objekter for det at knække cancer.

Den nydelse, der er inden for fantasmets rammer, er den nydelse, der er i at tage del i sejren, at besejre kræft. Den præ-ideologiske nydelse er opretholdelsen af mesterdiskursen ved at

gøre de kræftramte til subjekter, der har adgang til en nydelse, som andre ikke har og derved fratage dem denne nydelse. Denne præ-ideologiske nydelse er en nydelse, som er kendetegnet for mesterdiskursen uagtet dens indhold.

Opsummerende ser vi, at universitetsdiskursen og mesterdiskursen er samtidige diskursive ordner. Vi har identificeret, at universitetsdiskursen fungerer som kapitalismens diskurs, og at mesterdiskursen fungerer ud fra Positive Thinking. Vi finder det interessant, at de synes at være tæt forbundne, da der i mesterdiskursen tilhører en fortælling om, at de kræftramte ikke skal være uproduktive. Dette er i overensstemmelse med universitetsdiskursen, som centrerer sig om forbruget, altså produktion. I begge diskurser viser nydelsen sig. Først og fremmest en nydelse inden for fantasmets rammer: I universitetsdiskursen viser nydelsen sig gennem forbruget, og i mesterdiskursen blandt andet gennem produktivitet. Derudover ser vi, at denne nydelse kan forstås som en form af præ-ideologisk nydelse, der fæstner sig ved at bekræfte diskursen, altså formen, og ikke diskursens indhold.

I universitetsdiskursen nydes det, at man bekræfter en sandhed, selvom den ikke er sand, og for universitetsdiskursen er dette en umulighed, sandheden *er* sand i universitetsdiskursen, den kan ikke være andet. Og i mesterdiskursen gælder det, at mennesket gennem Positive Thinking selv er ansvarlig for den situation, det er i, altså den kræftramte skal selv kæmpe og finde det positive i deres sygdom, men alligevel 'forstår' mesterdiskursen, at dette ikke er tilfældet, fordi den kræftramte har adgang til en nydelse, som andre ikke har, hvorfor mesterdiskursen maskerer dette.

Žižek forklarer, at "I dag, i vores påståede liberale samfund, tager denne asketisme dog form som dens modsætning, et *generaliseret* påbud fra overjeget, orden 'Nyd!'" (Žižek 2010:94). Dette kan anskues som en forklaring på, hvorfor netop de to diskurser synes så tæt forbundet.

IDEOLOGISK JOUISSANCE

I *Ideologiens Sublime Objekt* skriver Žižek, at "[...] det Reelle er *jouissance* par excellence" (Žižek 2010:215). I *Ideologiens Sublime Objekt* beskriver Žižek det Reelle som det, der står udenfor den Symbolske Orden. Žižek eksemplificerer dette med en Hitchcocks vittige anekdote, der lyder således:

"To mænd sidder i et tog, og en af dem spørger den anden: 'Hvad er det for en pakke deroppe på bagagehylden?' 'Nå, det er bare en MacGuffin.' 'Hvad er en MacGuffin?' 'Tja, det er et redskab til at fange løver i det skotske højland.' 'Men der findes da ikke løver i det skotske højland.' 'Nå, så er det alligevel ikke en MacGuffin.'" (Ibid:214)

Hertil tilføjer Žižek en alternativ slutning, hvor det afsluttende svar er “Der kan du selv se, hvor effektiv den er!” (Ibid.). Dette forstås som et paradoks, der eksisterer udenfor den Symbolske Orden, og samtidig sætter sig i relation dertil.

Behovet for en MacGuffin eksisterer ikke i den Symbolske Orden, da der ikke er løver i det skotske højland. Det Reelle, som står udenfor den Symbolske Orden, illustreres i Žižeks udlægning af vittigheden, da det Reelle aldrig vil lade sig indpasse eller tematisere, men derimod søges skjult af ideologien.

I Žižeks lacanianske forståelse af nydelse bruger han begrebet *jouissance*. Dette begreb anvendes, da *jouissance* ikke bare dækker over nydelse, men kan ses som en udvidelse af begrebet. Žižek skriver “[...] i sin stupiditet er nydelsen kun mulig på grundlag en vis ikke-viden, en vis uvidenhed.” (Žižek 2010:112). Dette betyder at *jouissance* er en nydelse der er skjult for bevidstheden. Žižek skriver at Lacan har flere definitioner af *jouissance*, hvilket gør at begrebet er svært at redegøre entydigt for, men det giver også begrebet en flydende karakter. En definition på *jouissance* er: “[...] en paradoksal nydelse tilvejebragt gennem ubehag” (Ibid:256), hvilket skal forstås således, at *jouissance* er en nydelse, der overskrider lystprincippet (Ibid.).

Žižek beskriver yderligere *jouissance* ud fra et eksempel om Blaise Pascals væddemål. Kort fortalt er Pascals væddemål et tankeeksperiment Pascal opstiller, om hvorvidt man skal tro på Gud eller ej. Pascal konkluderer, at det bedste er at tro på Gud og agere som troende, fordi hvis Gud eksisterer, og man lever sit liv som troende, så kommer man i himmerige. Og hvis der ikke er en Gud, så sker der ingenting. Hvis man derimod er ikke-troende, og det viser sig, at Gud eksisterer, så ender man i helvede, så derfor kan det kun betale sig at være troende.

Idet man ud fra denne logik bliver troende, medfører dette også, at man lever sit liv anderledes. Som Žižek skriver: “Jeg vil føre en værdig, rolig, moralsk og tilfredsstillende tilværelse, fri for ængstelser og tvivl.” (Ibid:128), og herved opstår der mer-nydelse. Den umiddelbare nydelse er den nydelse, Pascal får ved at vedkende sig den kristne religion og adgang til himmerige. Dette medfører at Pascal skal leve et kristent liv, og dette kristne, fromme liv har i sig selv en nydelse, som er mer-nydelsen. Denne mer-nydelse er afhængig af nydelsen af at hengive sig til den Anden, for hvis Pascal ikke vedkendte sig den kristne tro, så ville hans fromme levevej ikke have nogen mening og derved ikke nogen nydelse. Mer-nydelsen er en nydelse, fordi den ikke er et mål i sig selv, men et middel. *Jouissance* kan i den forbindelse forstås som det, at den kristne finder nydelse i dets levevej, hvor svar på forhånd er givet,

livsstilen er givet og den fuldkomne hengivelse til den Anden er sat. Det Žižek belyser med dette eksempel, er hvordan ideologi er en konstruktion der bekræfter sin egen autoritet, ved at skjule hvordan mer-nydelsen er i midlet, og ikke i målet. Žižek beskriver det således:

“Hvorfor må denne inversion af relationen mellem mål og midler forblive skjult, hvorfor vil dens afsløring være selv-forpurrende? Fordi det ville afsløre den nydelse, der gør sig gældende i ideologien, i det ideologiske afkald i sig selv. Det ville med andre ord afsløre, at ideologien ikke tjener noget andet formål end sig selv – hvilket netop er den lacanianske definition på *jouissance*.” (Žižek 2010:129).

Dette betyder at i en ideologiteoretisk ramme er den nydelse *jouissance*, fordi den opstår ved at ideologien er selvbekræftende. Denne form for nydelse er hvad vi har beskrevet som værende gældende i de diskursive konstruktioner vi fandt i diskursanalysen.

Med dette blik på det Reelle, kan vi i vores analyse muligvis nærme os en beskrivelse af *jouissance*-elementer. Fordi som vi beskrev i forbindelse med diskurserne, så er der en ideologiske nydelse i den form hvorpå de virker selvbekræftende. Ved universitetsdiskursen kan vi som sagt spore en nydelse i den form hvor diskursen bekræfter sig selv, og ved mesterdiskursen er der en nydelse ved at destruere den mer-nydelse, som kræftpatienter har adgang til og andre ikke har. Bevidsthed om disse to nydelser, kan muligvis have en selv-forpurrende karakter for diskurserne, netop fordi nydelsen opstår qua en umulighed. I universitetsdiskursen er det ikke muligt at hvad der står på agentens plads, ikke er sandt, men det er det alligevel, og ved mesterdiskursen hvor Positive Thinking fremsiger at alle selv er herre over deres egen lykke, så er der alligevel individer der har tilgang til en mer-nydelse som andre ikke har.

Denne analyse har været et forsøg på at gennemkrydse fantasmet, som Žižek gør med jøden i *Ideologiens Sublime Objekt*. Ved først at forstå de diskursive konstruktioner i Knæk Cancer har vi analyseret os frem til, hvordan nydelsen viser sig i fantasmet, men også som en præ-ideologisk nydelse, altså i den form fantasmet har. Žižek forstår denne form for gennemkrydsning af det sociale fantasme som en analyse der også identificerer et symptom. For Nazi-Tyskland var dette symptom jøden. Jøden virkede som et element, der blev tillagt de problemer, samfundet stod overfor, og blev gjort skyldig. Žižek skriver, at:

“Under ‘gennemkrydsningen af fantasmet’ må vi imidlertid samtidig identificere os med symptomet: De egenskaber, der tillægges ‘jøden’, må vi anerkende som et uomgængeligt produkt af vores eget sociale system – I de ‘excesser’, der tillægges ‘jøder’, må vi se sandhe-

den om os selv." (Žižek 2010:178-179).

Dette betyder derfor, at jøden bliver gjort til et symptom, men det er ikke sygdommen, og hvis samfundet skal blive 'rask', er det ikke nok at behandle symptomet, men selve sygdommen.

Hvordan opnår vi dette? Žižek fortæller i *Conversation with Žižek* : "[...] I am no longer satisfied with my own old definition of ideology where the point was that ideology is the illusion which fills the gap of impossibility" (Daly & Žižek 2004:70).

Vi ønsker derfor i det følgende at følge Žižeks modne tænkning, ved at anvende senere værker, samt tage afsæt i Bjerre og Hansens fortolkning af Žižeks projekt: Ved diskursanalytisk at undersøge kulturen, hvori Knæk Cancer-showet sker. Det er vores ambition gennem denne idé at kunne afrunde vores analyse med anerkendelse af Žižeks ændrede tænkning, hvorfor vores analyse vil nu tage udgangspunkt i en vild analyse, som vi vil beskrive i det følgende.



**MAKING
THE IMPOSSIBLE
POSSIBLE**

VILD ANALYSE

Denne del af analysen vil bære præg af, at vi divergerer fra Žižeks forståelse og fortsætter med andre ord "for egen regning", hvilket, vi mener, bidrager til nye forståelser af Knæk Cancer som show, men også giver analysen en mere 'vild' karakter. Om den vilde analyse skriver Freud:

"For as a matter of fact 'wild' analysts of this kind do more harm to the cause of psycho-analysis than to individual patients. I have often found that a clumsy procedure like this, even if at first it produced an exacerbation of the patient's condition, led to a recovery in the end." (Freud 1924:227).

Freud betegner den vilde analyse som 'klodset', da den er kendetegnet ved at være hurtig og overfladisk, hvilket som nævnt i ovenstående citat kan medføre skade på patienten. Omvendt ser vi, at Žižek drager stor fordel af netop at bedrive vild analyse. Med afsæt i Lacans diskursforståelse foreslår Bjerre og Hansen i *Repeating Žižek* (2015) en læsning af Žižek ud fra netop en vild diskurs, hvilket vi vil redegøre for. Diskursen illustreres således:



Bjerre og Hansen viser, hvordan Žižek er inspireret af en 'anden vej', den vilde diskurs. De forklarer, at denne tager afsæt i, at der på Agentens plads er placeret (*a*), som udgør den vilde analyse, der tager afsæt i at konfrontere fantasmet med fantasmet selv. På adressatens plads står viden (*S2*), hvilket Bjerre og Hansen beskriver som "the wild analyst intervenes with a message about desire that culture (not the individual subject) did not know that it already secretly knew." (Bjerre & Hansen 2015:153). På Sandhedens plads står Mestersignifienten (*S1*), og på produktets plads står det Reelle (*\$*). Det skal forstås sådan, at målet er at konfrontere det, der umiddelbart synes *umuligt* jævnfør Freud og Lacan. Bjerre og Hansen skriver "Wild analysis is not a raid toward the new in the sense of ever more provocative statements and transgressive exercises, but is simply a beginning from the basis of the question: What if the end of analysis, though impossible, happens, and a thinking subject appears?" (Ibid:157).

Det betyder, at vi ønsker at undersøge det umuliges mulighed: Agentens formål bliver derved at konfrontere fantasmet med fantasmet selv gennem adressaten, som er viden: "Det de ikke ved, at de allerede ved". Sandhedens plads er derfor udgjort af mestersignifienten, og produktet er det Reelle. Analysen tager afsæt i Žižeks værk *Vold*, hvor vi vil undersøge, om

de voldelige handlinger Žižek identificerer i samfundet, er nogle vi kan identificere i Knæk Cancer-showet og på den måde forstå Knæk Cancer som et “uomgængeligt produkt af vores eget sociale system” (Ibid.)

Vi søger derfor i denne sidste del af specialet ikke bare at ‘making the obvious dubious’ som tidligere beskrevet, men nærmere undersøge det umulige: Making the impossible possible⁷. Vores ambition er at opsummere en Vild Analyse med afsæt i Bjerre og Hansens formel beskrevet ovenfor.

DET REELLE

I det følgende ønsker vi qua Bjerre og Hansen at anvende Žižeks senere forståelse af det Reelle. Tidligere i Žižeks forfatterskab handlede det om, at det Reelle skulle forstås som noget, der holder en ‘plads’ åben for eksempel som 179 pladser i folketinget, der i princippet altid er tomme, fordi de kan skiftes ud hvert fjerde år. I senere forfatterskab er det Reelle snarere en pludselig handling, der opstår i den Symbolske Orden som noget, der bryder med den organiserede verdensrepræsentation. Derfor er det for Žižek ikke længere opgaven at ‘hjælpe’ det Reelle med at holde dets plads åbent, men at *forstå* hvordan og hvornår det Reelle kan opstå som handling (Bjerre & Laustsen 2010:17).

Denne forståelse af det Reelle skal forstås i forbindelse med ideologien, for det traume, ideologien skjuler, er det Reelle. Žižek beskriver senere at det Reelle skal forstås som en umulighed, men en umulig mulighed, da mødet med traumet, det Reelle, sker, men mennesket er ikke i stand til at konfrontere det. Det opstår som spontane frembrud i den Symbolske Orden. Det Reelle skal derfor i Žižeks senere tænkning forstås i forbindelse med den Symbolske Orden. Den Symbolske Orden er den orden, der definerer, hvordan verden opleves struktureret, og hvilke muligheder vi som mennesker har for at skabe en bevidsthed om os selv: Det fremstår som en realitet. Det Reelle er det, der afstedkommes, når realiteten laver sammenstød. Derfor er det Reelle et produkt af den Symbolske Orden, men kan ikke indfanges eller beskrives.

Når Žižek forbinder denne forståelse af det Reelle med jouissance, er det fordi, at den nydelse, der er i jouissance, skal forstås som en umulighed i den Symbolske Orden, men en umulighed der alligevel sker.

Samtidig er det værd at bemærke, at: “Det Reelle ”er” egentlig slet ikke, men modsætter sig

⁷ Vi har ladet os inspirere af denne titel fra Center for Vild Analyses slogan: “Hvis du vil vide det omvendte”.

blot, eller det er realitetens eller den Symbolske Ordens, sprogets, problemer med sig selv.” (Bjerre & Laustsen 2010:16). Det betyder, at det Reelle defineres ud fra den kontekst, det sættes i. Dermed vil det Reelle aldrig kunne defineres definitivt og er altid et produkt af en fortolkning. Vi forstår derfor det Reelle som de selvmodsigelser, pludselige indfald eller abrupte eksplosioner, den Symbolske Orden kan skabe.

I *Conversations with Žižek* forklarer Žižek ikke det Reelle som en umulighed, men som et møde med et traume, og dette møde er det umulige. Žižek siger: “*The point is not that the Real is impossible but rather that the impossible is Real*” (Daly & Žižek 2004:70). Hertil kommer, at ideologiens funktion netop er at etablere en afstand til det Reelle, altså det traume der er det ubehagelige (Ibid). Žižek henviser til Lacan, der forholder sig til udtrykket ‘elsk din næste’ eller på engelsk “love thy neighbour” (Ibid:71). Lacan forklarer, at næsten får en karakter som en, man allerede elsker, og derved bliver det Reelle møde, traumet, udskudt. På denne måde virker ideologien ved at ændre mødet med traumet ved at gøre det til noget andet.

Žižeks nyere forståelse af det Reelle er det Reelle et møde med det umulige traume. Žižek beskriver det således: “So, to be clear, the Real is impossible but it is not simply impossible in the sense of a failed encounter. It is also impossible in the sense that it is a traumatic encounter that *does* happen but which we are unable to confront.” (Daly & Žižek 2004:71). I denne forbindelse fortæller Žižek, at den sidste forståelse, at det er et traumatisk møde der sker, men som vi ikke er i stand til at konfrontere, er en vigtig pointe for at forstå det Reelle.

Parallelt med Lacans eksempel “love thy neighbour”, kan vi i forhold til Ehrenreichs oplevelser med Positive Thinking se samme retorik om, at man skal omfavne og nærmest elske sin sygdom, hvilket måske er udtryk for netop det omvendte: At distancere sig fra de negative følger. Ligeledes gælder det for vores case, hvor retorikken bare er omvendt: I stedet for at omfavne kræft skal man ‘knække cancer’, og det er med dette udgangspunkt, vi ønsker at bringe vores analyse videre. I forhold til humanitære organisationer forstår Žižek deres funktion som værende noget, der holder traumet på afstand. Žižek forklarer: “[...] the function of money in giving to humanitarian causes is the same is the function of money as isolated by Lacan in psychoanalysis: money means I pay you so that we don’t get involved.” (Ibid:73). I forhold til tidligere analyse af at forstå en donation som en vareudveksling giver denne bemærkning et nyt perspektiv: Pengene får en funktion, der minder om drømmearbejdet. Med drømmearbejdet gælder det, at det udskyder mødet med et traume, derfor bliver pengene til en mekanisme, der distancerer forholdet til kræft.

VIDERETÆNKNINGEN AF JOUISSANCE

Modsat tidligere, er det Reelle ikke på samme måde statisk, men har en langt mere dynamisk karakter. Ved at forstå jouissance i denne forbindelse med det Reelle, så får jouissance en anden karakter, hvilket Žižek beskriver med terrorangrebet den 11. september 2001. Žižek skriver:

"[...] we were all forced to experience what the 'compulsion to repeat' and *jouissance* beyond the pleasure principle are: we wanted to see it again and again; the same shots were repeated *ad nauseam*, and the uncanny satisfaction we got from it was *jouissance* at its purest." (Žižek 2002:12).

Den teoretiske jouissance-forståelse, der er tale om, er nydelsen af det ækle og modbydelige, som billederne fra 11. september indebærer, hvilket bliver vist igen og igen til et helt kvalmende niveau, som Žižek skriver det. Det kan sammenlignes med kødannelse ved motorveje, hvor der er sket et uheld i den ene retning, hvilket danner kø i den anden retning, fordi mange af bilisterne kører langsommere for at beskue uheldet. Jouissance dækker altså over en nydelse, der rummer et samtidigt ubehag.

Dette er jouissance, fordi det er det umulige traume der sker, og det får form som jouissance, fordi at selvom det sker for øjnene af os, så er det stadig en ubegribelig begivenhed der er besværlig at konfrontere: Den Reelle begivenhed, det umulige traume, altså at flyene styrter ind i tårnene, konfronteres, og i den konfrontation slår den Symbolske Orden knude på sig selv, og i denne knude er hvor jouissance befinder sig. Så jouissance er ikke bare nydelse af det ækle, men også det ubegribelige, og nærmest det umulige.

Jouissance forstår vi som en nydelse der forbindes med noget, der ikke er lystbetonet, eksempelvis de ubehagelige billeder fra 11. september, og denne del af nydelsen skal på sin vis være i det skjulte, hvis den får form af en lystbetonet nydelse, så er der ikke tale om jouissance, og nydelsen ville være selv-forpurrende. Med udgangspunkt i eksemplet om 11. september når Žižek skriver, at dette er "*jouissance* at its purest." (Žižek 2002:12), betyder det, at den jouissance, der opleves, er et sted i mennesket, hvor det ikke er i stand til tydeligt at identificere den: Det er den reneste jouissance, fordi det ligger så fjernt fra et lystbetonet perspektiv, men alligevel er det en ren form af nydelse. I det følgende ønsker vi at undersøge hvordan jouissance opstår i showet, gennem en læsning af Žižeks voldsbegreber.

VOLDSHANDLINGER

Slavoj Žižek kritiserer i sin bog *Vold* (2008), hvordan der er opstået en "falsk, påtrængende

nødvendighed” (Žižek 2008a:12-13), der kalder på, at mennesket forpligtes til at handle. Han konkretiserer indledningsvist i bogen, hvordan for eksempel de “humanitære venstreliberales diskurs om vold” indebærer, at “i denne diskurs går abstraktion og grafisk (pseudo)konkretion hånd i hånd i iscenesættelsen af voldens scene – hvad angår kvinder, sorte, de hjemløse, bøsser...” (Ibid:12). Dette betyder, at disse voldelige scener på den ene side bliver sat i en (pseudo)relation til individets virkelighed, altså individet forstår, at disse voldelige hændelser finder sted i samme virkelighed som den, hun befinder sig i, samtidig med der sker en abstraktion, og at det på samme tid bliver holdt på afstand. Der opstår ifølge Žižek en fornemmelse af, at der må handles nu og her for eksempel i sætningen: “I den tid det tager dig at læse denne linje, dør ti børn af sult” (Ibid). Han forklarer endvidere, hvordan større virksomheder påkalder sig denne (pseudo)nødvendighed, som for eksempel Starbucks, der på filantropisk vis lover, at de donerer en del af profitten til fordel for sundhedspleje i Guatemala (ibid). Det påkalder en oplevelse af, at den handling at købe kaffe redder liv.

I forbindelse med Knæk Cancer kan det læses sådan, at dette program netop understøtter den påtrængende følelse af nødvendighed og giver seeren en fornemmelse af, at de skal handle nu. Der er som forklaret i foregående del løbende meldinger om, at seerne skal donere, og der er under hele showet en virtuel bjælke med anvisninger til, hvordan man gør.

Žižek refererer til Jean Paul Sartres fortælling fra *Eksistentialisme er en Humanisme* (1946), hvor han beretter om en ung mand, der er i tvivl om, hvorvidt han bør tilslutte sig modstandsbevægelsen eller blive hjemme og tage sig af sin syge mor, hvortil Sartres svar er, at der ikke findes et endegyldigt svar på dette, så længe han blot vælger (Sartre 1946:61). Žižek skriver derimod, at en tredje løsning kunne være at fortælle moderen, at han tilslutter sig modstandsbevægelsen og fortælle sine venner fra modstandsbevægelsen, at han vil blive hjemme og passe sin mor, hvorefter han kan trække sig tilbage for at studere (Žižek 2008a:13). Žižek giver i denne indledning udtryk for, at vi på trods af mediernes bombardementer med billeder af vold snarere bør trække os tilbage og overveje, hvad der i grunden er årsagen til volden end at handle. Den tvivl, som kommer til udtryk i Sartres fortælling, den tvivl om, hvad man skal gøre, bliver besvaret med, at man må gøre *noget*. Hvilket er, hvad vi ser i eksemplet med Starbucks-kaffen, det giver individet en mulighed for at gøre noget i forhold til den globale uretfærdighed, en vestlig borgers samvittighed ofte konfronteres med. Ligeledes oplever vi også dette som værende på spil i Knæk Cancer-showet, individet får en mulighed for at afhjælpe den dårlige samvittighed. Žižeks pointe er derimod, at i stedet for at gøre noget bør man træde et skridt tilbage og reflektere over den tilstand, samfundet er i. Žižek mener, at den filantropiske bevægelse, som Starbucks i dette eksempel repræsenterer, er en voldelig handling, fordi den opretholder den uretfærdighed, som de selv giver udtryk

for at eliminere. Det at påkalde en handling gælder også for showet, som vist tidligere kalder titlen selv på handling: Der er ikke tid til refleksion, der skal handles omgående.

Žižek skelner i bogen mellem den subjektive vold, den systemiske vold og den symbolske vold. I dette har den symbolske og den systemiske vold en fælles betegnelse som objektiv vold. Den subjektive vold knytter sig til et ikke-voldeligt udgangspunkt, hvor der indtræffer en åbenlys voldelig handling forårsaget af indlysende aktører (Žižek 2008a:7) for eksempel et brutalt, fysisk overfald. Den objektive vold er den, der er "indbygget i tingenes 'normale' tilstand" (Ibid:8), som er usynlig, fordi det er netop denne vold, vi holder den subjektive vold op imod.

Den systemiske vold er noget, der kan forårsage den subjektive vold, og Žižek forklarer, at det er denne, "man er nødt til at tage i betragtning, hvis man vil give mening til noget, som ellers synes at være 'irrationelle' udbrud af subjektiv vold" (Ibid:8). Hermed mener Žižek eksempelvis, at når irrationelle udbrud af (subjektiv) vold sker eksempelvis terror, kan denne terror skyldes, hvordan systemet forinden har udøvet systemisk vold og derved skabt nogle samfundsforhold, der presser individer i situationer hvor voldelige handlinger virker som den eneste mulighed. Žižek gør i sin formulering opmærksom på, at det ikke skal forstås således, at al irrationel vold kan forklares ud fra en analyse af systemisk vold, men derimod at hvis man ønsker at forstå denne irrationelle vold som mere end blot irrationel vold, må der være en systemisk vold, der går forud for det (Žižek 2009:8). Den symbolske vold er en vold, der er "indlejret i sproget" (Ibid:7), og denne vold sammenkobler på en måde den subjektive og den systemiske vold til at være voldsforhold, der indlejret i sproget.

Den systemiske vold er usynlig og indskrives sig blandt andet som en biopolitisk teknologi. Dette forklarer Žižek blandt andet med reference til, at de humanitære kriser, vi præsenteres for i pressen, ofte er resultatet af en kompleks kamp, der sjældent beror på humanitære overvejelser. Dette forklarer han blandt andet med, at Times Magazine havde en forsidehistorie om den dødelige krig i Congo, som ikke høstede ret mange reaktioner i form af læserbreve eller lignende. Han skriver:

"For at sige det kynisk: Time valgte det forkerte offer i kampen om overherredømmet i lidelse. Det skulle have holdt sig til 'the usual suspects', nemlig muslimske kvinder og deres tilstand eller familierne til 9/11-ofre [...] Et vestbreds-palæstinensisk barns død [...] er mediemæssigt tusind gange mere værd end en navnløs congolesers død" (Žižek 2008a:9).

Hertil kan man spørge, om TV2 i modsætningen til Times Magazine har valgt den rigtige

kamp? En tidligere undring, vi har præsenteret, er, hvordan Kræftens Bekæmpelsen med Knæk Cancer som spydspids har en overdøvende effekt i forhold til andre sygdomme, der muligvis har endnu mere brug for støtte. Den navnløse congoleser kan her forstås som den navnløse sclerosepatient, der ikke er nær så meget værd som Frederikke, der har fået kræft.

Det betyder, at medierne agerer i forhold til at opretholde fokus på den synlige vold, og dette slører den massive systemiske vold, der pågår bag: En postpolitisk biomagt, der er indskrevet systematisk i administreringen af menneskelige liv (Ibid:15;45-48). Žižek skriver, at der med kapitalismen netop følger den systemiske vold, da kapitalismen i sagens natur ønsker at øge profitten som et "selvbefrugtende monster, som følger sin bane uanset ethvert menneskeligt eller miljøbestemt hensyn" (Ibid:18), og forklarer endvidere, at ideologien har et så kraftigt tag, at selvom et land åbenlyst ligger i ruiner med miljømæssige og menneskelig katastrofer, så kan der alligevel foreligge en finansrapport, hvori der står, at "landets økonomiske situation er 'finansielt sund'" (Ibid:19).

Dette kan vi forstå i forbindelse med Knæk Cancer. Ganske vist skal der være en bevidsthed om, at Žižeks eksempler er ekstreme, her er der ikke tale om et land, der ligger i ruiner, men pointen kan forstås lignende. Hvis vi forstår resultatet af Knæk Cancers indsamling, altså de 147.000.000 kroner, som værende en finansrapport, og denne rapport læses i kombination med den begejstring, der er i showet, gives der et udtryk for, at situationen for at bekæmpe kræft er finansielt sund. Vi har ikke i dette speciale undersøgt, hvordan den finansielle situation er for den offentlige sundhedssektor, men vi kan forstå, at uagtet hvordan situationen er, så giver Knæk Cancer et udtryk for, at den er sund.

Det særligt interessante i forhold til Žižeks tænkning vedrørende vold er, at "De voldelige handlingers overvældende rædsel og empatien med ofre fungerer uundgåeligt som en snare, der afholder os fra at tænke" (Ibid:9). Žižeks refererer i denne forbindelse til blandt andet de store humanitære kriser som følge af krige. I relation til Knæk Cancer-showet, som dog er af anden kaliber end humanitære kriser, kan ovenstående beskrivelse måske alligevel anvendes: For er dette måske netop denne overflod af emotionelle beskrivelser, der umiddelbart viser sig som en idiosynkratisk repræsentation, og som derfor 'skjuler' en bagvedliggende voldshandling?

Vi ønsker i det følgende at undersøge, hvorvidt disse sympatiske handlinger, vi oplever i Knæk Cancer-showet ud fra Žižeks teori om vold, afholder os fra at tænke, på samme måde som det er beskrevet ovenover. Pointen med eksemplet om Starbucks er, at selvom de giver noget af deres indtjening til et udligne en uretfærdighed, så er deres daglige virke netop en

opretholdelse af denne uretfærdighed. Hvis de samme principper er på spil i Knæk Cancer-showet, betyder det derfor, at der bliver opretholdt ulighed ved at lade forbruget rulle.

Žižek skriver yderligere, at menneskets isolation og dens "forsvinding" i massen udelukker rigtig intersubjektivitet (Ibid:36). Han forklarer, at rigtig intersubjektivitet kommer til udtryk som et sandt møde med den Anden, et andet menneske. Med reference til Alain Badiou forklarer Žižek, hvordan mennesket bør fokusere på kærlighed og ikke alene nydelse, forstået på den måde at kærligheden forener to mennesker, hvorimod at nydelse snarere isolerer dem (Ibid). Knæk Cancer-showet er som begivenhed, skabt som en konstruktion, der forudsætter varehandlen og dermed medfører isolationen, som tidligere forklaret. Derfor kan det forstås sådan, at Knæk Cancer ikke alene opretholder isolationen, men også blokerer for rigtig intersubjektivitet. Dette kan forstås i perspektiv til Debords spektakel, der adskiller mennesker fra hinanden, men samler dem om sig selv, på samme måde forsvinder mennesket i massen i dette tilfælde. Dette er, hvad vi oplever i Knæk Cancer, hvor der lægges der op til, at man som privatperson donerer penge til Knæk Cancer og på den måde støtter det gode formål. Žižek skriver endvidere:

"Vi lever i et samfund, hvor der eksisterer en form for hegeliansk spekulativ identitet af modsætninger. Visse træk, holdninger og normer opfattes ikke længere som mærket af ideologi. De forekommer at være neutrale, ikke-ideologiske, naturlige, sund fornuft. Det, som stikker ud fra denne baggrund, betegner vi som ideologi. Det drejer sig om ekstrem religiøs iver eller hengivelse til en bestemt politisk overbevisning. Den hegelianske pointe ville være, at det præcis er neutraliseringen af visse træk til en umiddelbart accepteret baggrund, som udmærker den mest rene og effektive ideologi. Vi har her at gøre med det dialektiske 'sammenfald af modsætninger'" (Ibid:41).

Dette, mener vi, gør sig gældende i Knæk Cancer. Denne pointe er netop den, vi belyste i vores diskursanalyse, hvor vi tog udgangspunkt i at forstå Knæk Cancer som en universitetsdiskurs, da vi viste, at denne indebar det 'objektive sande', eller som i citatet ovenover skriver som 'sund fornuft'. Dette gør, at Knæk Cancer er i en position, hvor den systematiske vold, det udøver, ikke kan stå overfor en kritik, da dette ville være en kritik af 'sund fornuft'. På denne måde forstår vi, at Knæk Cancer gennem sympatiske handlinger afholder seerne fra at forholde sig kritisk til showet - og primærgoder i det hele taget.

Volden, mener Žižek, kan ses i nettet af symbolske relationer båret af den kapitalistiske ideologi. Žižek skriver, at volden kan være indbygget i et system "[...] ikke kun direkte fysisk vold, men også de mere subtile former for tvang, som opretholder forhold af herredømme

og udbytning” (Ibid:15). I relation til showet vises der for eksempel optagelser af en udviklingshæmmet mand Daniel, der ikke har klar tale, hvorfor hans mor oversætter, hvad han siger. Det fremgår, at Daniel selv har været pårørende til andre, der har kræft, og hans mor siger, at “der er jo også handicappede, der lider af kræft, ing?” (bilag 4 ref. 46).

Mens Daniel cykler i et træningscenter, står popsangeren Medina ved siden af og laver en video til sin Facebookside, mens hun omtaler Daniel i tredjeperson “det her, det er Daniel” (og beder sine fans om at donere penge via SMS). Desuden forstår vi, at nogle virksomheder og/eller privatpersoner donerer x-antal kroner, pr. Daniels kørte kilometer. Efterfølgende interviewes Medina i showet (bilag 4 ref.43), hvor hun, efter klippet er vist, udbryder “Åh, så søøød” (bilag 4 ref. 52) rettet mod Daniel og fortæller derefter om sin ‘gode gerning’ (Ibid).

På et senere tidspunkt i programmet vises endnu en foroptaget sekvens, hvor der står en ring af mennesker om Daniel, mens han cykler. Han er på dette tidspunkt i tydelig smerte, mens de hepper på ham, øjensynligt fordi han gennem sin aktivitet kan få penge, der kan doneres til Knæk Cancer. Kort efter vises der klip, hvor de omkringværende fysisk holder Daniels overkrop og arme, mens hans ben skælver, og han jamrer sig. En person, der ligner en centertræner, siger “Er du træt Daniel?” hvortil de andre svarer “Kom nu, Daniel”. Efter at de omkringstående personer har talt ned fra 3-2-1 og hujer, hjælper de Daniel, som imidlertid er brudt ud i gråd, af cyklen, hvorefter han læner sig op af sin mor (bilag 4 ref. 51). Alle ovenstående begivenheder er på sendefladen prydet med den karakteristiske, grafiske bjælke med anvisninger til, hvordan man som seer selv kan donere penge, samt en bjælke der kontinuerligt viser virksomhedsnavne, som har doneret beløb til Knæk Cancer.

Ud over den tydelige pseudoaktivitet, det er, at manden cykler for at afgøre beløbsstørrelsen på andres donationer, ser vi også voldelige handlinger komme tydeligt til udtryk. Vi læser det som ikke alene en direkte vold på nærmest aggressiv vis at tvinge manden til at køre længere, end han synes at kunne holde ud (han jamrer sig og skælver). Vi ser det også som en vulgær, strategisk handling at anvende netop denne mand som et symbol, da han har spastiske bevægelser, uklar tale og synes utilpas. Han presses til at cykle af omgivelserne – som den tilsyneladende rige og kendte popsanger Medina står som frontfigur for. Dette kan tolkes i forhold til “Herredømmet”, som Žižek refererer til, og læses som et symbol på en kamp på liv og død. Men kampen er ulige, da hierarkiet på forhånd er sat, idet manden er allerede blot en del af tingene (han omtales i tredjeperson, fastholdes m.v.), og dette, mener vi, bidrager til at opretholde anerkendelsen af Medina. I modsætning til Daniel, fremvises Medina som et selvstændigt subjekt, hun kommenterer på Daniels handling og kalder ham “søøød” (bilag 4 ref. 43), hvilket bekræfter hendes autonomi.

Volden viser sig som en del af et ganske knudret netværk af relationer, såfremt vi fortolker Daniels handling (og Daniel i sin blotte tilstedeværelse) som en vare. Gennem sin aktivitet, opretholdes han som en vare eller et objekt, der strategisk anvendes af virksomheder (og/eller private). Det betyder, at han indskrives i en kapitalistisk orden.

Om det liberale frie, valg skriver Žižek, at dette ofte kan forstås som en “[...] ren formel gestus [...]” (Žižek 2009:125), hvor vi frivilligt lader os undertrykke og udnytte i hegeliensk forstand. Hvilket, vi netop mener, er, hvad der sker i eksemplet med Daniel og egentligt kan være en gældende fortolkning for mange de aktiviteter, der er i showet. Andre eksempler kan være, da Puk Elgaard taler med Emil og Gert, der har cyklet tværs igennem USA for at indsamle penge (Bilag 4 ref. 379), eller når Mette Blomsterberg er ude at løbe motionsløb med elever på en folkeskole for at samle penge ind. Hvis vi bestemmer liberalistisk ideologi og filantrokapitalisme som voldelige og undertrykkende handlinger på samme måde, som Žižek giver udtryk for, viser Knæk Cancer-showet sig som grundlæggende voldeligt. Herunder bliver børn indlejret og oplært i, hvordan man i liberalismen underkaster sig ‘den gode gerning’, fordi den virker som ‘sund fornuft’. Under showet bliver Emil Beha, der sidder i callcenteret, interviewet. Han fortæller om, hvordan børn giver deres sparepenge til Knæk Cancer: “[...] lige fra små piger, der ringer og øh, giver hele deres lommepengeopsparing, som de har sparet igennem et år [...]” (bilag 4 ref. 434). Dette er et eksempel på, hvordan den systemiske vold er usynlig, fordi Emil Beha fortæller om piger, der ikke bare har lært at arbejde og samle ind, men giver deres egne lommepenge til Knæk Cancer: Det fremstår som sund fornuft.

Žižek skriver: “Velgørenhed er den humanitære maske, som gemmer den økonomiske udbytningens fjæs” (Žižek 2008a:28). Han eksemplificerer dette med ‘filantroper’ såsom George Soros og Bill Gates, der bruger halvdelen af tiden på finansspekulation eller opkøb af konkurrenter og den anden del af tiden på at samle midler til humanitære aktiviteter. Det er så at sige et selvudslettende kontrapunkt, for de selvsamme personer er medskyldige i, at denne givne struktur opretholdes (Ibid:27-28).

Žižek opponerer mod denne pseudoaktivitet, der for eksempel finder sted i relation til filantropisk velgørhedsarbejde, da denne i sidste instans opretholdes netop gennem ulighed. Men kan dette overføres til Knæk Cancer? Uanset den kritik vi tidligere har præsenteret, forstår vi uagtet Knæk Cancer som en aktivitet, der medfører forskning, lokal hjælp tilknyttet sygehusene, hjælp til pårørende med videre. Dog ser vi en direkte analogi, der knytter sig til Žižek (og Thorups) kritik af filantrokapitalismen, for showet bidrager til at opretholde den kapitalistiske orden. På samme måde som at Bill Gates giver med den ene hånd og tager med den anden, ser vi, at Knæk Cancer giver med den ene hånd og på en måde tager med den an-

den: At Knæk Cancer bidrager til samfundet ved at støtte forskning osv., samtidig med at den fastholder samfundet i en liberal idé, hvor det private marked er løsningen på landets problemer. Dette er voldeligt, fordi den liberale ideologi ikke lader plads til andre muligheder.

Žižek beskriver yderligere, hvordan den vestlige multikulturalisme udøver vold på muslimer gennem tolerancens princip. Žižek gør dette ved at skelne mellem årsagerne, der ligger til grund for en handling. Žižeks eget eksempel er muslimske kvinder, der går med slør. I vesten er dette acceptabelt, hvis dette er et valg, kvinden selv har truffet, og det valg bliver accepteret, fordi det er kvindens egen ret og andre ikke har ret til at bestemme over hendes påklædning. Altså er det ud fra en liberalistisk tankegang, at dette accepteres.

Hvis kvinden derimod udtrykker, at det er, fordi det er en del af hendes kultur, eller hvis dette er et påbud fra hendes mand, så bliver dette ikke accepteret, da dette bryder med liberale principper. Den vold, der bliver udøvet, er en vold mod kvindens kultur, hvor kvindens handling at bære slør bliver tolereret ud fra et vestligt synspunkt. Effekten er, at den muslimske kvindes egen årsag til at bære slør "[...] rives ud af en bestemt livsverden, hvor det skæres af fra sine rødder." (Žižek 2009:124). Kvindens egne kulturelle overbevisning bliver ikke accepteret, men *tolereret*, fordi de kan passe ind i den ramme, liberale principper sætter. Den liberale kultur dominerer derved den muslimske med tolerance som våben.

Som henvist til tidligere står der i formålsbeskrivelsen for Knæk Cancer blandt andet, at det skal samle danskerne, og som vi har vist i vores tidligere analyser, sker dette via musik, komik, sang og dans. Vi kan med god grund ikke bestemme, hvilken intention kræftkampe har, når de vælger at deltage i Knæk Cancer-showet, men vi mener dog, at vi kan identificere en tendens, der på samme måde som de liberale principper tolerer det ubehagelige ved at gøre det til noget andet.

I showet interviewer Mikkel Beha, Rita Knudsen. Ritas mand Åge er død af demens, og senere fik Rita kræft, som hun nu er helbredt for. Rita og Mikkel Beha taler om, hvor hårdt det har været, både det at Ritas mand døde og det selv at få kræft. Denne sorg får dog ikke lov til at stå alene, for efter interviewet vises et klip, hvor Ritas veninde, datter og kollegaer fortæller, at de er til rådighed og støtter hende (bilag 4 ref. 404). Her tolker vi, at der udøves en form for vold ud fra den forståelse, der er beskrevet ovenover. For Ritas egen oplevelse, hendes *kultur*, manifesteres i en sorg og et ubehageligt kræftforløb, og denne oplevelse bliver tolereret, fordi at dens manifestation skifter form: For hendes oplevelse handler ikke om det tragiske eller det ubehagelige, men om hvordan andre kan hjælpe. Ritas oplevelse kan forstås som den muslimske kvindes tørklæde. Oplevelsen accepteres kun, fordi den to-

lereres ud fra en gældende interesse altså den vestlige liberale kultur. På samme måde som den muslimske kvindes årsag til at bære tørklæde på voldelig vis skifter årsag, altså fra at være et religiøst ritual til at være frit liberalt valg, sker denne form for forandring også for Ritas oplevelse. Oplevelsens traumatiske og ubehagelige udgangspunkt bliver tolereret, fordi oplevelsen samtidig giver mulighed for, at seerne får en fornemmelse af at kunne gøre en forskel, hermed udøvedes der en form for vold gennem tolerance.

I dette afsnit kan showet læses som et symptom i samfundet. På samme måde som Nazi-Tyskland ikke kunne løse nogle af udfordringerne, landet stod overfor ved at 'symptom-behandle', altså udslutte jøden, så kan de problematikker, vi har belyst i Knæk Cancer, ikke løses ved kun at forholde sig til Knæk Cancer. Knæk Cancer skal forstås som et symptom i det samfund, vi lever i. Dette har vi gjort ved at forstå, hvordan Žižek beskriver objektiv vold som et samfundsfænomen, der er herskende i den vestlige liberale kultur, og videre undersøge, hvorvidt der kan defineres voldshandlinger i Knæk Cancer.

Derved kan vi ud fra Žižeks forståelse definere Knæk Cancer som et symptom på, hvordan der i dette program bliver udøvet vold som underholdende TV i bedste sendetid. Årsagen til dette kapitels titel "At gøre det umulige muligt" er, at Knæk Cancer i det danske samfund forstås som en god handling. Som der gives udtryk for i showet, er det hele Danmark, der står sammen om at gøre noget godt, at knække cancer. Ved at vise at showet er et udtryk for egentlige voldshandlinger, mener vi, at vi på en måde gør det umulige muligt: Netop at Knæk Cancer-showet, der fortæller at gøre det gode, snarere gør det modsatte, udøver vold på den danske befolkning.

Det samfundsfænomen, som Knæk Cancer er et symptom på, ser vi som filantrokapitalismen, og hvordan dens voldelige handlinger vinder indpas på 'fredelig' vis i det danske samfund. Žižek skriver:

"Vi bør ikke gøre os nogen illusioner: Den liberale kommunist er fjenden for enhver progressiv kamp i dag. Alle andre fjender – religiøse fundamentalister og terrorister, korrumperede og ineffektive statsbureaukratier – er partikulære figurer, hvis storhed og fald afhænger af tilfældige, lokale omstændigheder. Netop fordi de ønsker at opløse alle de sekundære funktionsfejl ved det globale system, er de liberale kommunister den direkte virkeliggørelse af det, som er galt med selve systemet. Dette må man have in mente midt iblandt alle de forskellige taktiske alliancer og kompromisser, man er nødt til at lave med liberale kommunister, når man bekæmper racisme, sexismen og religiøs obskurantisme" (Žižek 2009:37).

Pointen er her, at filantrokapitalismen er fjenden. Og det, der kommer til udtryk i citatet, er et udtryk for nogle af de ting, vi har undret os over tidligere i specialet, netop hvordan det

kan være, at Kræftens Bekæmpelse som en velgørende organisation er så fokuseret på at øge dens egenkapital, og hvordan det kan være så stor en del af dens kapital er sat i værdipapirer m.m. Ud fra citatet kan det forstås, at dette er et kompromis, "man er nødt til at lave med liberale kommunister" (Ibid.), hvis man ønsker at bekæmpe kræft. Žižeks pointe er, at filantrokapitalismen *er* fjenden, og når 'man' indgår kompromisser med den, så skal man være bevidst om, at dette ikke er fordi filantrokapitalismen ønsker at løse det problem, som samfundet står overfor, men i stedet "[...] at opløse alle de sekundære funktionsfejl ved det globale system [...]" (Ibid.). Dette 'globale system', Žižek taler om, må naturligvis være det kapitalistiske økonomiske system. Når dette system, på filantropisk vis, indgår kompromisser, er det som sagt for at opløse funktionsfejl, hvilke muligvis kan være, at der i det danske samfund er politisk uenighed, store miljømæssige problemer, ulighed m.m., og gennem Knæk Cancer kan kapitalismen samle folket i en god sags tjeneste for på den måde at opløse systemets funktionsfejl.

KULTUREL JOUISSANCE

Hvorvidt jouissance opstår i Knæk Cancer-showet er vanskeligt at definere entydigt, det kræver en fortolkning af både showet og begrebet. Det er klart, at der ikke opstår en jouissance, der er lig den, Žižek beskriver med 11. september. Alligevel synes der at være en nydelse, der rækker hinsides den, vi har identificeret i diskurserne tidligere. Når der bliver begået voldshandlinger specielt i eksemplet med den handicappede mand Daniel, er der noget obskurt på spil. Hvis seancen blev taget ud af dets kontekst, altså hvis det var en handicappet mand, der blev presset til at cykle, nærmest indtil han falder om helt uden grund, ville det være en direkte modbydelige handling, men der er en årsag, netop at samle ind til Knæk Cancer. Denne selv samme årsag har vi undersøgt og beskrevet som værende filantrokapitalisme, et spektakel, et simulakra og som vold. Det gælder, at kræftpatienter er kæmpere, udstilles med deres mest intime fortællinger, og der begås voldshandlinger mod dem i bedste sendetid.

Samtidig finder vi det udfordrende komplet at afvise, at jouissance opstår, netop fordi Knæk Cancer er en obskur forbrugsfest, hvor kræftpatienter hædres samtidig med at opmuntres til at deltage i produktionen, hvor de døde bliver reduceret til papirposser, hvor alle danskere står sammen ved at sidde i deres stuer og sende SMS'er. Denne selvmodsigende akt giver måske anledning til at forstå en jouissance i Knæk Cancer på samme måde, som Žižek beskriver jouissance i forbindelse med Pascals væddemål. Vi har i dette speciale undersøgt, hvordan Knæk Cancer får et udtryk for at være en konstruktion for dets egen, eller kapitalismens, skyld, og ikke for hverken at samle danskerne eller rent faktisk knække cancer. Dette giver Knæk Cancer selv-forpurrende træk, hvilket Žižek beskriver som værende Lacans de-

finition på jouissance (Žižek 2010:129).

Det er dog stadig ikke til helt konkret at definere, hvor Žižeks nyere beskrivelse af jouissance befinder sig, fordi det uventede netop ikke sker, fordi den Symbolske Orden, showet repræsenterer, ikke brydes af en opståen af det *umulige*. Alligevel sker det umulige på en måde, som beskrevet i forbindelse med ovenstående afsnit om voldshandlinger, men dette forstås ikke som umuligt, fordi det er en mulighed i den Symbolske Orden. Den begivenhed, hvor den Symbolske Orden slår knude på sig selv finder ikke sted, fordi de voldelige handlinger i showet ikke har en karakter som subjektiv vold, men objektiv, hvilket som sagt gør at volden er en del af den Symbolske Orden. Vi forstår ikke den nydelse der viser sig i showet som udtryk for jouissance, men derimod som en perversion, som på sin vis kræver en gennemkrydsning af fantasmet for at åbenbare.

KONKLUSION OG PERSPEKTIVERENDE REFLEKSIONER

Vi har i dette speciale forsøgt at undersøge, hvilken ideologisk funktion Knæk Cancer-showet har. Indledningsvist har vi forstået det indenfor en politisk-ideologisk ramme: Interesseorganisationen Kræftens Bekæmpelse indskrives sig i en neoliberal økonomisk-politisk tænkning og har både private og offentlige interesser. Kræftens Bekæmpelse har massiv politisk indflydelse, gennem indflydelse i medierne og lobbyarbejde, hvilket betyder, at den indgår i en konkurrerende kappestrid i det medialiserede, politiske landskab for at vinde indflydelse. Netop fordi Kræftens Bekæmpelse har en politisk funktion, har vi fundet det særligt vigtigt at undersøge, hvordan denne virker indpas. Samtidig er Kræftens Bekæmpelse en aktiv samfuntsfunktion, der virker gennem lokale initiativer på centre, på sygehuse landet over med videre. Vi har med andre ord beskrevet Kræftens Bekæmpelse som en organisationshybrid, der virker både gennem det offentlige og det private. Vi har endvidere vist, hvordan den er splittet mellem at være en godgørende organisation og en profitmaksimerende virksomhed.

Kræftens Bekæmpelse har i samarbejde med TV2 og Nordisk Film lavet Knæk Cancer-showet, hvilket, vi har beskrevet, er et udtryk for omvendt filantrokapitalisme, da det er funderet som en interesseorganisation, men strategisk anvender kreative kapitalistiske virkemåder for at blandt andet at maksimere deres indtægter. Dette indskrives sig i forbrugsfilantropien på den måde, at forbrugeren får moralsk merværdi, når de donerer penge til showet med det formål at have chance for at vinde en rejse eller en bil. Samtidigt peger vi på, at dette kan medvirke til en devaluering af politik, da Kræftens Bekæmpelse fremstår som en institution, der bedre end det offentlige kan varetage forskningsopgaver m.v. Organisationen legitimerer med andre ord de kapitalistiske drivkræfter frem for det offentlige og underminerer det

politiske.

Gennem en diskussion af normative principper bag det retfærdige samfund har vi vurderet, at Kræftens Bekæmpelse løfter en opgave, der hører til det danske samfund som et primært gode, men vi har også problematiseret dette, da interesseorganisationen ikke opererer uvidt, og derfor netop skaber en forskydning eller en devaluering af velfærdsstaten. Dette sker ved, at den skubber andre sygdomsgrupper ud, hvilket ifølge vores undersøgelse er *uretfærdigt*.

Efterfølgende har vi set det indenfor en filosofisk-sociologisk ramme. Vi har gennem en kritisk analyse fundet, at mange emner i showet kan relateres til amerikanske forfatteres tænkning, herunder hvordan Positive Thinking synes at have indflydelse på showets strukturering, ytringer, meddelelser osv. Desuden har vi forklaret, hvordan Positive Thinking i sig selv kan forstås som en politisk repressionsteknik. Denne indebærer flere forskellige elementer, herunder at kræftramte skal bibeholde deres femininitet, kæmpe, og at kræften i sig selv tillægges en konkret essens, mennesket skal modtage som en gave. Showets struktur kan på mange måder sammenlignes med de principper, der organiserer McDonald's og Disneys forlystelsesparker, ved at indebære effektivisering, forudsigelighed, kalkulerbarhed og kontrol, samtidig med at vi har vist, hvordan tematisering, maskering af forbrug, merchandising og emotionelt arbejde i det hele taget er forankret i showets konstruktion. Vi forstår, at skuespillersamfundet indebærer en produktion af en ensom masse, der står alene om at være alene i deres forbrugsmønstre. Desuden kan dette forstås netop som ikke alene en konkurrence mellem forskellige virksomheder, men derimod som noget, der har vundet indpas mellem mennesker. Efterfølgende har vi vist, hvordan Knæk Cancer virker som en hyperrealitet, der ikke alene medfører en fornemmelse for seeren i showet, som får bekræftet en fornemmelse af en virkelig bestemmelse af den virkelige verden 'udenfor' showets rammer, men som snarere indskrives i en orden, hvor objekternes forrang hersker. Samtidigt betyder dette, at formålet med Knæk Cancer-showet er ikke-eksisterende, det er en reklamekrig for reklamekrigen skyld.

Ud fra vores analyse i forbindelse med Žižeks teori forstår vi Knæk Cancer som en ideologisk fantasmekonstruktion, der viser et samfundssymptom. Dette symptom definerer vi ud fra Lacans diskursformler, hvor vi viste, hvordan der opretholdes en kapitalistisk orden. Denne orden er funderet i et filantrokapitalistisk perspektiv, hvor individer bliver holdt fast i roller som forbrugere i den forestilling om, at der bliver gjort noget godt, altså at kræften bliver bekæmpet. Universitetsdiskursen opretholder en ide om det 'objektivt sande', og mesterdiskursen opretholder en relationen mellem mennesker, hvor nogle underkastes, og andre

sejrer.

Endvidere har vi vist, at når et ideologisk fantasme er beskrevet som et symptom, så må samfundet identificere sig med dette symptom, hvilket vi forsøgte at gøre i afsnittet "gøre det umulige muligt". Her undersøgte vi gennem en vild analyse, hvordan den moderne filantrokapitalistiske diskurs udøver objektiv vold ved at fastholde det vestlige samfund i en liberal tankegang, hvor tolerance og 'sund fornuft' ikke giver mulighed for at andre former for tænkning kan vinde indpas. Dette er præcist, hvad vi mener, at Knæk Cancer er et symptom på, udover at det opretholder en mesterdiskurs, hvor den svage samfundsgruppe udnyttes som objekt, så opretholder og manifesterer Knæk Cancer en liberal ideologi, hvor den mest effektive løsning er ved at lade det private løse opgaverne. I undersøgelsen af fantasmet fandt vi, at dets ideologiske funktion er at udskyde konfrontationen med det Reelle traume.

Vi har i nærværende speciale udredt, hvordan Knæk Cancer-showet som ideologisk funktion ikke alene opretholder en ideologisk konstruktion, men også fungerer som censurering eller udskydelser af samfundets sande problemer. Såfremt at showet læses som et program, der opfordrer til pseudoaktivitet snarere end refleksioner over samfundets indretning eller diskussioner af primær goder, da vurderer vi, at dette speciale er særligt relevant for videre arbejde.

Hvis dette program endvidere bidrager til et indtryk af at være i en permanent undtagelsestilstand, som fordrer, at der skal handles, før der tænkes, er den åbenlyst dystre side ved dette program, en mulig (men skjult) devaluering af velfærdsstaten. Dette bekræftes af for eksempel statsministerens optræden, der på sin vis udveksler sin gode gerning til yderligere berømmelse. Yderligere er der mange børn, der synes at blive så påvirkede af showet, at de donerer store summer (herunder arv), påtager sig relativt omfattende arbejde for at tjene penge til interesseorganisationen og frembringer Knæk Cancer-blomsten for at skaffe midler til showet. Som vi har udredt, er showet overdetermineret af emotionelle beskrivelser, og dermed kunne der anlægges det undersøgelsesperspektiv, at de mange børn der agerer og handler på Knæk Cancer-showets opfordringer. Hvilket samfundssindslag medfører dette – ikke alene nu, men når den generation bliver ældre?

Litteratur

- Arler, Finn et al. (2015) Bæredygtighed. Værdier, regler og metoder. Aarhus Universitetsforlag
- Althusser, Louis (1965): For Marx. (1. udg.) Forlaget Rhodos
- Althusser, Louis (1970): Ideologi og ideologiske Statsapparater (1. udg.) Forlaget Jurist- og Økonomforbundet
- Baudrillard, Jean (1981): Simulacra and Simulation. Forlaget Michigan
- Baudrillard, Jean (1983): Simulation. Forlaget Simiotext[e].
- Baudrillard, Jean (1983a): Det fatale - skæbnestrategier. Forlaget Gyldendal
- Baudrillard, Jean (1995): The Gulf War did not take place. Forlaget Indiana University Press
- Binderkratz, Anne S. et al. (2014): Organisationer i Politik. Hans Reitzels Forlag
- Bjerg, Ole et al. (2009): Center for Vild Analyse - 100 Vilde Analyser. Forlaget Findes
- Bjerre, Henrik Jøker (2015): Analyser! (1. udg.). Forlaget Mindspace
- Bjerre, Henrik Jøker & Lausten, Carsten Bagge (2010): Forord til den danske udgave af Ideologiens Sublime Objekt. Hans Reitzels Forlag
- Bjerre, Henrik Jøker & Laustsen, Carsten Bagge (2013): Den nyttige idiot. Samfundslitteratur
- Bjerre, Henrik Jøker & Hansen, Brian Benjamin (2015): Repeating Žižek. kap. 9. Duke University Press
- Brecht, Bertolt (2009): Forhør over den gode. Citeret af Žižek i Vold: 2009.

- Brinkmann, Svend (2012): Qualitative Inquiry in Everyday Life. Sage Publications
- Buttle, Francis & Maklan, Stan (2015) Costumer Relationship Management: Concepts and Technologies. 3. edition. Forlaget Routeledge
- Brymann, Alan (1999): The Disneyzation of Society. Sage Publications
- Daly, Glyn & Žižek, Slavoj (2004): Conversations with Žižek. Polity Press
- Debord, Guy (1967): LA SOCIÉTÈ DU SPECTACLE. Folio
- Debord, Guy (1972): Skuespilsamfundet. Rhodos
- Debord, Guy (1995): The society of the spectacle. Zone Books.
- Ehrenreich, Babara (2009): Smile or Die: *how Positive Thinking fooled America & the World*. Granta Publications, London.
- Femø, M. & Beck, S. (2005): Samtaleanalyse. Forlaget Samfundslitteratur
- Freud, Sigmund (1923): The Ego and the Id (The standart edition). WW Norton & Co
- Freud, Sigmund (2003): The Joke and its relation to the Unconscious. Penguin Classics
- Freud, Sigmund. (1988): Drømmetydning. 4. udgave 2. oplag. København, Hans Reitzels Forlag A/s
- Freud, Sigmund. (2004): Psykoanalyse - samlede forelæsninger. 2. udgave 1. oplag. København, Hans Reitzels Forlag A/s
- Foucault, Michel (2005[1966]): The Order of Things - An archaeology of the human sciences. Routledge.
- Griffiths, David J. (2017): Introduction to Quantum Mechanics. Cambridge University Press
- Hegel, Georg W. F. (2010): Åndens Fænomenologi. 1. udgave. 2. oplag. Gyldendal

- Lacan, Jacques (2007): The Other side of Pstchoanalysis. Norton & Company

- Lacan, Jacques (1949): The Mirror Stage as Formative of the Function of the I as Revealed in Pstcoanalytic Experience. Associated Book Publishers (U. K.) Ltd.

- Løkkegaard, Sarai & Pedersen, S. Kristina (2012) Oplevelsen af Bæredygtighed. Kandidat-speciale ved AAU.

- Marx, Karl (1972): Varens fetichkarakter og dens hemmelighed. Kap. 1. Forlaget Rhodos

- Marx, Karl (2000): A critique of The German Ideology. Online Version: Marx/Engels Internet Archive (marxists.org)

- Marx, Karl & Engels, Friedrich (2007 [1848]): Det kommunistiske partis manifest. Online version: Marx/Engels arkivet (marxisme.dk)

- Mill, John Stuart (1863): UTILITARIANISM. Harvard

- Nozick, Robert (1974): Anaerchy, State, and Utopia. Forlaget Blackwell.

- Nørby, Søren (2005): Klinisk Ordbog. Forlaget Munksgaard.

- Pedersen, Kaj Ove (2011): Konkurrencestaten. (1. udg). Hans Reitzels Forlag

- Piketty, Thomas (2016): Kapitalen i det 21. århundrede. Gyldendal

- Rawls, John (1999): A theory of justice. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, Harvard University Press.

- Sartre, Jean-Paul (1946) Eksistentialisme er en Humanisme. Hans Reitzels Forlag

- Ritzer, Georg (2011) Sociological Theory. McGraw-Hill.

- Roepstorff, Anne K. (2010) CSR. Virksomheders sociale ansvar som begreb og praksis. 1. udg. 1. oplag. Forlaget Hans Reitzels Forlag

- Rovelli, Carlo (2014): Syv små forelæsninger om fysik. Gyldendal

-Thorup, Mikkel i Raffnsøe-Møller (2012): Pro Bono i Kapitalismens Ansigter (s.204-214).
Forlaget Philosophia

- Thyssen, Ole (2012): Det filosofiske blik. Informations oplag.

- Vallentin, Steen (2011) Afkast og anstændigheden. Social ansvarlighed i kritisk belysning.
1. udg. Forlaget Samfundslitteratur

- Žižek, Slavoj (2010): Ideologiens Sublime Objekt. Hans Reitzels Forlag

- Žižek, Slavoj (2002): Welcome to the Desert of the Real. Verso

- Žižek, Slavoj (2008): The Sublime Object of Ideology. Verso

- Žižek, Slavoj (2009): Vold. Forlaget Philosophia

- Žižek, Slavoj (2008a): Vold. Forlaget Philosophia

Internetkilder

Link 1: Erhvervsstyrelsen (2018) Hvad er samfundsansvar. Tilgås via: <https://samfundsansvar.dk/hvad-er-samfundsansvar>

Link 2: Copenhagen You Run (2018). Tilgås via: <http://youruncopenhagen.dk>

Link 3: Stubbe-Teglbjærg, Kirsten (2016): Der var engang – om Ungarnshjælpen for 60 år siden. Tilgås via: <https://www.dr.dk/om-dr/nyheder/billeder-der-var-engang-om-ungarnshjaelpen-60-aar-siden>

Link 4: Cancer.dk (2017): Så meget blev der indsamlet. Tilgås via: <http://tv.tv2.dk/knaek-cancer/2017-10-28-saa-meget-blev-der-samlet-ind-til-knaek-cancer-i-aar>

Link 5: Cancer.tv2.dk (2017): Fakta om Kræftens Bekæmpelse. Tilgås via: <https://cancer.tv2.dk/content/fakta-om-kræftens-bekæmpelse>

Link 6: Tv2 Marketing (2018): Marketing - Knæk Cancer. Tilgås via: <https://www.tv2marketing.dk/case/knaek-cancer/>

Link 7: Nordcan (2018): Kræftstatistik: nøgletal og figurer. Tilgås via: <http://www-dep.iarc.fr/NORDCAN/DK/frame.asp>

Link 8: Finansministeriet (2002): Aftaler om den kommunale økonomi for 2003. Tilgås via: <https://www.fm.dk/~.../2002/aftaler-om-den-kommunale-oekonomi-for-2003.ashx>

Link 9: Sundhedsstyrelsen (2006): Styrket indsats på kræftområder. Tilgås via: <https://www.sst.dk/da/Feeds/~.../1A4DD1D2BC2F45CA8816CC5ADA423AA4.ashx> samt Sundhedsstyrelsen (2006): Pakkeforløb og opfølgningstider. Tilgås via: <https://www.sst.dk/da/sygdom-og-behandling/kraeft/pakkeforloeb/~media/028409D2A0F94772B19868ABE-F06B626.ashx>

Link 10: Finansministeriet (2006): Styrket indsats på kræftområdet. Tilgås via: <https://www.sst.dk/da/Feeds/~.../1A4DD1D2BC2F45CA8816CC5ADA423AA4.ashx>

Link 11: Cancer.dk (2018): Medlemstal. Tilgås via: <https://www.cancer.dk/nyheder/presse-rum/noegletal/>

Link 12: Kræftens Bekæmpelse (2016): Årsrapport side 66-67. Tilgås via: http://pdf.cancer.dk/Nyheder/aarsberetning/aarsrapport-2016/?_ga=2.245057093.1163157647.1526674881-1739207223.1514571788&page=66

Link 13: Kræftens Bekæmpelse (2018): Støttet forskning. Tilgås via: <https://www.cancer.dk/forskning/stoette-til-forskning/stottede-projekter/>

Link 14: Kræftens Bekæmpelse (2018): Områdekontorer. Tilgås via: <https://www.cancer.dk/om-os/kontakt/omraadekontorer/omradekontor-nordjylland/>

Link 15: Kræftens Bekæmpelse (2016): Årsrapport side 66-67. Tilgås via: http://pdf.cancer.dk/Nyheder/aarsberetning/aarsrapport-2016/?_ga=2.245057093.1163157647.1526674881-1739207223.1514571788&page=66

Link 16: Kræftens Bekæmpelse (2016): Årsrapport side 70. Tilgås via: http://pdf.cancer.dk/Nyheder/aarsberetning/aarsrapport-2016/?_ga=2.245057093.1163157647.1526674881-1739207223.1514571788&page=66

Link 17: Finans (2016): Medarbejdere i Kræftens Bekæmpelse sparer op til alderdommen med tobaksaktier. Tilgås via: <https://finans.dk/finans/finans/ECE8717203/medarbejdere-i-kraeftens-bekaempelse-sparer-op-til-alderdommen-med-tobaksaktier/?ctxref=fplive>

Link 18: Retsinformation: Sundhedsloven. Kan tilgås via: <https://www.retsinformation.dk/forms/R0710.aspx?id=199871>

Link 19: INTERARENA (2012): Resultater. Tilgås via: <http://interarena.dk/files/IOerDK.pdf>

Link 20: Søndergaard, Britta & Funch, Maja (2016): Kræftens Bekæmpelse presser andre ud. kan tilgås via: <https://www.kristeligt-dagblad.dk/danmark/prioriteringen-af-midler-i-sundhedsvaesenet-afhaenger-af-lobbyvirksomhed>

Link 21: Møbjerg Toft, Ole Nikolaj (2015): Ekspert og læger: Politikere har for stort fokus

på kræft. Tilgås via: <https://www.altinget.dk/sundhed/artikel/eksperter-og-laeger-politikere-har-for-stort-fokus-paa-kræft>

Link 22: Møbjerg Toft, Ole Nikolaj (2014): Kræftens Bekæmpelses succes vækker bekymring. Tilgås via: <https://www.altinget.dk/artikel/141470-kræftens-bekæmpelses-succes-vaekker-bekymring>

Link 23: Funch, Maja (2017): Lægeundersøgelse er et offentligt forsvar for lige adgang til sundhed. Tilgås via: <https://www.kristeligt-dagblad.dk/danmark/laegeformand-laegeundersoegelse-er-et-forsvar-lige-adgang-til-sundhed>

Link 24: Dr.dk (2018): Fra i morgen er det slut med at købe cigaretter i Magasin. Tilgås via: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/fra-i-morgen-er-det-slut-med-kobe-cigaretter-i-magasin>

Link 25: Dr.dk (2018) Kræftens Bekæmpelse maner til ro efter forurening i Grindsted: Men spis ikke fisk fra åen. Tilgås via: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/kræftens-bekæmpelse-maner-til-ro-efter-forurening-i-grindsted-men-spis-ikke-fisk>

Link 26: Føljeton (2018): "Det er fuldstændigt skandaløst". Tilgås via: <https://foljeton.dk/63133/det-er-fuldstaendig-skandaloest>

Link 27: Kræftens Bekæmpelse (2008): Årsberetning. Tilgås via: https://www.cancer.dk/dyn/resources/File/file/4/1344/1385426694/kb2008_dk.pdf

Link 28: Hader, Thomas (2008): Kræftens Bekæmpelse taber 62 mio. kan tilgås via: <https://ekstrabladet.dk/nationen/article4311992.ece>

Link 29: Cancer.dk (2018) Der er brug for alle. Tilgås via: <https://cancer.tv2.dk/om-kampagnen>

Link 30: Cancer.dk (2018). Knæk Cancer regnskab. Tilgås via: <https://cancer.tv2.dk/content/regnskab>

Link 31: Holt, Julie Steenbuch (2016): Svar på kritik: Vi får flere penge til kræft, end vi nogensinde ville have gjort. Kan tilgås via: <http://navisen.dk/blog/svar-paa-kritik-vi-faar-flere-penge-til-kræft-end-vi-nogensinde-ville-have-gjort/>

Link 32: Løppenthin, Rasmus (2017): Kræftens Bekæmpelse og Ældresagen: Civile supermagter. Tilgås via: <https://www.altinget.dk/social/artikel/157746-kraeftens-bekaempelse-og-aeldre-sagen-civile-supermagter>

Link 33: Kræftens Bekæmpelse (2016): Årsrapport side 67. Tilgås via: http://pdf.cancer.dk/Nyheder/aarsberetning/aarsrapport-2016/?_ga=2.245057093.1163157647.1526674881-1739207223.1514571788&page=66

Link 34: Cancer.dk (2018): Formålsbeskrivelse. Tilgås via: <https://www.cancer.dk/om-os/knaek-cancer/>

Link 35: Knæk Cancer (2017): Knæk Cancer. Tilgås via: www2.statsbiblioteket.dk/mediestream/

Link 36: Youtube(2010): Barbara Ehrenreich Smile or Die. Tilgås via: <https://www.youtube.com/watch?v=PJGMFu74a70>

Link 37: The Economist (2018): The Big Mac Index. Tilgås via: <https://www.economist.com/content/big-mac-index>

Link 38: Regeringsgrundlag (2016): For et friere, rigere og mere trygt Danmark. Tilgås via: <http://stm.dk/multimedia/Regeringsgrundlag2016.pdf>

BILAG

Bilag 1: Seeranalyse

Slide 1

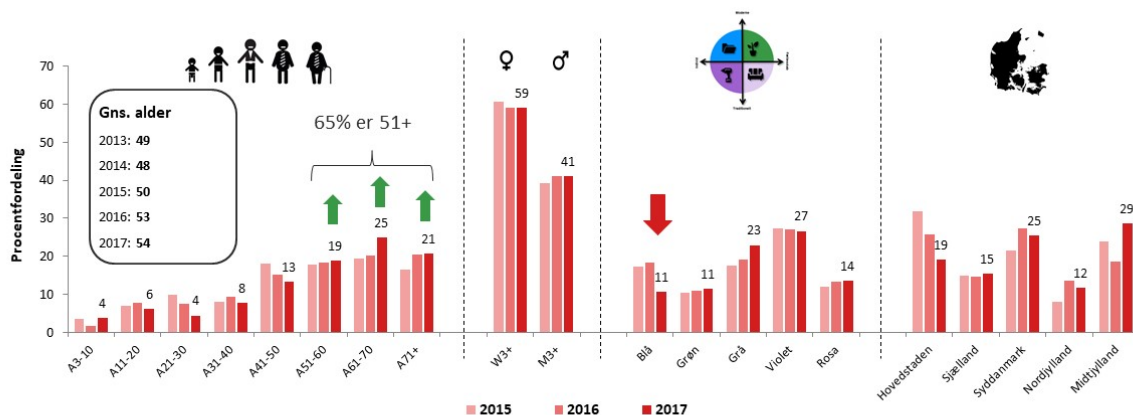
INDSAMLINGSSHOW FASTHOLDER STYRKET 2016-NIVEAU



Slide 2

KNÆK CANCER LIVE PROFIL

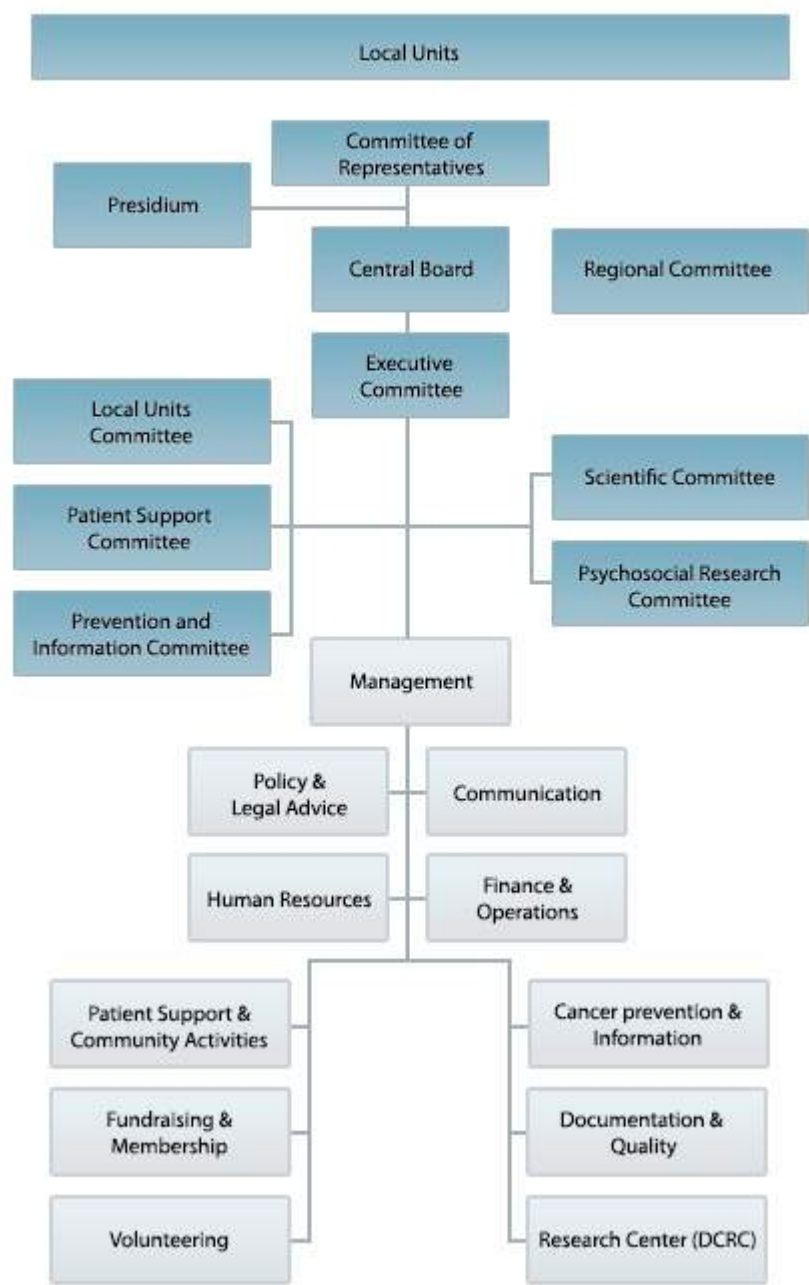
Showet bliver i højere grad alderstungt, mens de yngre og moderne individorienterede (blå) falder fra.



Bilag 2. Organisationsdiagram

Organogram

This organogram gives an overview of how the Danish Cancer Society is organised:



Bilag 3: Investering PFA

PFA Pension, børsnoterede aktier

Beholdningsliste, ultimo december 2015



Navn	Markedsværdi (mio. kr.)	Porteføljevægt
Novo Nordisk A/S	4.166	6,4%
Danske Bank A/S	1.202	1,8%
Pandora A/S	1.151	1,8%
Alphabet Inc	1.067	1,6%
Nestle SA	978	1,5%
Apple Inc	973	1,5%
AP Møller - Mærsk A/S	810	1,2%
Roche Holding AG	748	1,1%
Xerox Corp	709	1,1%
Synchrony Financial	686	1,0%
Reckitt Benckiser Group PLC	666	1,0%
Thermo Fisher Scientific Inc	655	1,0%
Allergan plc	640	1,0%
Novartis AG	637	1,0%
Vestas Wind Systems A/S	635	1,0%
Walt Disney Co/The	588	0,9%
Wells Fargo & Co	543	0,8%
JPMorgan Chase & Co	529	0,8%
Vodafone Group PLC	499	0,8%
DSV A/S	494	0,8%
MasterCard Inc	493	0,8%
WPP PLC	480	0,7%
Diageo PLC	461	0,7%
McGraw Hill Financial Inc	450	0,7%
Medtronic PLC	447	0,7%
American Express Co	446	0,7%
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE	443	0,7%
Amazon.com Inc	430	0,7%
Citigroup Inc	428	0,7%
United Parcel Service Inc	423	0,6%
Koninklijke Philips NV	412	0,6%
Amadeus IT Holding SA	402	0,6%
Coloplast A/S	399	0,6%
Visa Inc	395	0,6%
BP PLC	388	0,6%
ISS A/S	385	0,6%
Alibaba Group Holding Ltd	379	0,6%
Accenture PLC	377	0,6%
SAP SE	367	0,6%
Telenor ASA	362	0,6%
Time Warner Inc	344	0,5%
BlackRock Inc	343	0,5%
Microsoft Corp	340	0,5%
Lloyds Banking Group PLC	337	0,5%
ING Groep NV	335	0,5%
Ally Financial Inc	334	0,5%
Svenska Handelsbanken AB	328	0,5%
ABN AMRO Group NV	327	0,5%
Nordea Bank AB	327	0,5%
PVH Corp	325	0,5%
Aetna Inc	321	0,5%
Danone SA	317	0,5%
Norwegian Cruise Line Holdings Ltd	317	0,5%
General Electric Co	316	0,5%

British American Tobacco PLC	310	0,5%
Zimmer Biomet Holdings Inc	307	0,5%
Home Depot Inc/The	306	0,5%
Unilever NV	306	0,5%
State Street Corp	303	0,5%
Allianz SE	301	0,5%
Koninklijke Ahold NV	297	0,5%
Canadian National Railway Co	296	0,5%
RELX NV	295	0,5%
Heineken NV	283	0,4%
Waters Corp	279	0,4%
Novozymes A/S	279	0,4%
Carlsberg A/S	274	0,4%
BNP Paribas SA	270	0,4%
EMC Corp/MA	266	0,4%
Legrand SA	259	0,4%
Genmab A/S	255	0,4%
Iberdrola SA	249	0,4%
HSBC Holdings PLC	247	0,4%
National Grid PLC	246	0,4%
Jyske Bank A/S	241	0,4%
Ingersoll-Rand PLC	238	0,4%
SimCorp A/S	233	0,4%
Tryg A/S	228	0,3%
Medivation Inc	225	0,3%
ConocoPhillips	222	0,3%
BASF SE	220	0,3%
Oracle Corp	214	0,3%
3M Co	214	0,3%
DNB ASA	212	0,3%
CBS Corp	211	0,3%
Zurich Insurance Group AG	210	0,3%
Siemens AG	207	0,3%
Pfizer Inc	206	0,3%
Syngenta AG	206	0,3%
Akzo Nobel NV	204	0,3%
Sanofi	202	0,3%
Exxon Mobil Corp	201	0,3%
Sampo Oyj	201	0,3%
Whirlpool Corp	198	0,3%
Samsung Electronics Co Ltd	195	0,3%
AstraZeneca PLC	191	0,3%
Linde AG	191	0,3%
FANUC Corp	188	0,3%
Cap Gemini SA	187	0,3%
Royal Dutch Shell PLC	183	0,3%
Glanbia PLC	182	0,3%
Prudential PLC	180	0,3%
Cie Financiere Richemont SA	177	0,3%
Assa Abloy AB	177	0,3%
Dometic Group AB	176	0,3%
Taiwan Semiconductor Manufacturing Co Ltd	174	0,3%
Deutsche Post AG	174	0,3%
BT Group PLC	173	0,3%
TransDigm Group Inc	171	0,3%
Volkswagen AG	171	0,3%
GlaxoSmithKline PLC	170	0,3%
Schneider Electric SE	168	0,3%
CVS Health Corp	166	0,3%
Praxair Inc	165	0,3%

China Overseas Land & Investment Ltd	165	0,3%
Topdanmark A/S	164	0,3%
GN Store Nord A/S	163	0,2%
Berkshire Hathaway Inc	162	0,2%
ExamWorks Group Inc	160	0,2%
Daimler AG	158	0,2%
Hengan International Group Co Ltd	155	0,2%
Tencent Holdings Ltd	155	0,2%
Johnson & Johnson	150	0,2%
Engie SA	150	0,2%
NKT Holding A/S	144	0,2%
Humana Inc	141	0,2%
UnitedHealth Group Inc	139	0,2%
Rockwool International A/S	138	0,2%
Kellogg Co	138	0,2%
TDC A/S	133	0,2%
Baxalta Inc	132	0,2%
Verizon Communications Inc	131	0,2%
Cardinal Health Inc	129	0,2%
BHP Billiton PLC	123	0,2%
Tate & Lyle PLC	122	0,2%
Intesa Sanpaolo SpA	116	0,2%
Bank of America Corp	115	0,2%
Zoetis Inc	114	0,2%
Comcast Corp	112	0,2%
AIA Group Ltd	111	0,2%
Bravida Holding AB	109	0,2%
CRH PLC	107	0,2%
Sunac China Holdings Ltd	107	0,2%
Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk PT	106	0,2%
Randstad Holding NV	105	0,2%
TUI AG	105	0,2%
Activision Blizzard Inc	103	0,2%
Cie Generale des Etablissements Michelin	102	0,2%
Chr Hansen Holding A/S	100	0,2%
China Mobile Ltd	99	0,2%
Sydbank A/S	98	0,1%
PepsiCo Inc	97	0,1%
Advance Auto Parts Inc	97	0,1%
Sunny Optical Technology Group Co Ltd	95	0,1%
Tung Thih Electronic Co Ltd	93	0,1%
Societe Generale SA	93	0,1%
Lowe's Cos Inc	92	0,1%
BG Group PLC	91	0,1%
HUGO BOSS AG	89	0,1%
Nielsen Holdings PLC	88	0,1%
Brilliance China Automotive Holdings Ltd	88	0,1%
Mead Johnson Nutrition Co	86	0,1%
Procter & Gamble Co/The	85	0,1%
Bayer AG	84	0,1%
LG Chem Ltd	83	0,1%
Aberdeen Asset Management PLC	82	0,1%
Housing Development Finance Corp Ltd	82	0,1%
Beijing Enterprises Water Group Ltd	81	0,1%
TOTAL SA	79	0,1%
Cisco Systems Inc	79	0,1%
Houghton Mifflin Harcourt Co	78	0,1%
Kasikornbank PCL	76	0,1%
Delphi Automotive PLC	76	0,1%
Largan Precision Co Ltd	75	0,1%

Abbott Laboratories	74	0,1%
KDDI Corp	74	0,1%
West Japan Railway Co	73	0,1%
Nitto Denko Corp	73	0,1%
Chevron Corp	72	0,1%
Facebook Inc	72	0,1%
Broadcom Corp	72	0,1%
China Construction Bank Corp	70	0,1%
Copart Inc	70	0,1%
Japan Tobacco Inc	70	0,1%
Madison Square Garden Co/The	69	0,1%
Monsanto Co	68	0,1%
McDonald's Corp	68	0,1%
ICICI Bank Ltd	68	0,1%
ORIX Corp	66	0,1%
Persimmon PLC	66	0,1%
Philip Morris International Inc	66	0,1%
Skyworks Solutions Inc	65	0,1%
Publicis Groupe SA	65	0,1%
Biogen Inc	65	0,1%
Royal Unibrew A/S	64	0,1%
Murata Manufacturing Co Ltd	63	0,1%
PetroChina Co Ltd	63	0,1%
China Taiping Insurance Holdings Co Ltd	62	0,1%
Tokyo Electron Ltd	62	0,1%
Bank of New York Mellon Corp/The	62	0,1%
Gazprom PAO	61	0,1%
Imperial Tobacco Group PLC	60	0,1%
Fidelity National Information Services Inc	60	0,1%
Cigna Corp	59	0,1%
Shire PLC	59	0,1%
Larsen & Toubro Ltd	59	0,1%
Eicher Motors Ltd	58	0,1%
China State Construction International Holdings Lt	57	0,1%
Lotte Shopping Co Ltd	57	0,1%
Ashtead Group PLC	57	0,1%
CK Hutchison Holdings Ltd	57	0,1%
Nokia OYJ	56	0,1%
OMV AG	56	0,1%
TeliaSonera AB	56	0,1%
ITV PLC	55	0,1%
Reliance Industries Ltd	55	0,1%
Electronic Arts Inc	55	0,1%
CNOOC Ltd	55	0,1%
easyJet PLC	54	0,1%
Bank of China Ltd	54	0,1%
Pakuwon Jati Tbk PT	54	0,1%
Wolters Kluwer NV	53	0,1%
MCB Bank Ltd	53	0,1%
GT Capital Holdings Inc	53	0,1%
Ralph Lauren Corp	52	0,1%
Celgene Corp	52	0,1%
United Tractors Tbk PT	51	0,1%
Molson Coors Brewing Co	51	0,1%
Advantech Co Ltd	51	0,1%
Alm Brand A/S	51	0,1%
Bank Danamon Indonesia Tbk PT	51	0,1%
Hankook Tire Co Ltd	51	0,1%
William Demant Holding A/S	51	0,1%
Royal Mail PLC	49	0,1%

SKS Microfinance Ltd	49	0,1%
Techtronic Industries Co Ltd	48	0,1%
American Airlines Group Inc	48	0,1%
Dairy Farm International Holdings Ltd	48	0,1%
Aon PLC	48	0,1%
Lan & Spar Bank	47	0,1%
Canadian Imperial Bank of Commerce/Canada	47	0,1%
Bruker Corp	47	0,1%
Coach Inc	47	0,1%
Industria de Diseno Textil SA	47	0,1%
Siam Commercial Bank PCL/The	46	0,1%
PTT PCL	46	0,1%
Industrivarden AB	46	0,1%
Lukoil PJSC	46	0,1%
ASML Holding NV	46	0,1%
Tyson Foods Inc	45	0,1%
Semen Indonesia Persero Tbk PT	44	0,1%
Astra International Tbk PT	44	0,1%
SK Innovation Co Ltd	44	0,1%
Hyundai Motor Co	44	0,1%
Tata Motors Ltd	43	0,1%
Adecco SA	43	0,1%
AAC Technologies Holdings Inc	43	0,1%
FedEx Corp	42	0,1%
Sound Global Ltd	41	0,1%
Hyundai Development Co-Engineering & Construction	41	0,1%
Voltas Ltd	41	0,1%
Merck KGaA	41	0,1%
Advanced Semiconductor Engineering Inc	41	0,1%
Volvo AB	40	0,1%
Edison International	40	0,1%
Toyota Motor Corp	40	0,1%
Daelim Industrial Co Ltd	40	0,1%
Dun & Bradstreet Corp/The	40	0,1%
Sberbank of Russia PJSC	40	0,1%
Sembcorp Marine Ltd	40	0,1%
JG Summit Holdings Inc	39	0,1%
China Petroleum & Chemical Corp	39	0,1%
Dr Pepper Snapple Group Inc	39	0,1%
Land & Houses PCL	38	0,1%
AT&T Inc	38	0,1%
Hu Lane Associate Inc	38	0,1%
Aluminum Corp of China Ltd	38	0,1%
Vertex Pharmaceuticals Inc	38	0,1%
Henkel AG & Co KGaA	38	0,1%
Campbell Soup Co	38	0,1%
Kimberly-Clark Corp	38	0,1%
Royal Bank of Canada	38	0,1%
United Bank Ltd/Pakistan	38	0,1%
Bavarian Nordic A/S	38	0,1%
Makita Corp	38	0,1%
Otsuka Holdings Co Ltd	38	0,1%
Autoliv Inc	37	0,1%
NN Group NV	37	0,1%
Shenzhen International Group Holdings Ltd	37	0,1%
Swiss Re AG	37	0,1%
Southern Co/The	37	0,1%
American Tower Corp	37	0,1%
Express Scripts Holding Co	37	0,1%
McKesson Corp	37	0,1%

AmerisourceBergen Corp	37	0,1%
Quest Diagnostics Inc	37	0,1%
Toronto-Dominion Bank/The	37	0,1%
American Electric Power Co Inc	37	0,1%
Nippon Telegraph & Telephone Corp	37	0,1%
International Business Machines Corp	37	0,1%
Metropolitan Bank & Trust Co	37	0,1%
Fifth Third Bancorp	37	0,1%
Daiichi Sankyo Co Ltd	36	0,1%
Consolidated Edison Inc	36	0,1%
Haier Electronics Group Co Ltd	36	0,1%
Merck & Co Inc	36	0,1%
Deere & Co	36	0,1%
Crompton Greaves Ltd	36	0,1%
Daito Trust Construction Co Ltd	36	0,1%
ACE Ltd	36	0,1%
Continental AG	36	0,1%
Lam Research Corp	36	0,1%
Sompo Japan Nipponkoa Holdings Inc	36	0,1%
Svenska Cellulosa AB SCA	35	0,1%
Aegon NV	35	0,1%
VMware Inc	35	0,1%
NTT DOCOMO Inc	35	0,1%
Gilead Sciences Inc	35	0,1%
AbbVie Inc	35	0,1%
Quintiles Transnational Holdings Inc	35	0,1%
Ingredion Inc	35	0,1%
Valero Energy Corp	35	0,1%
Sekisui Chemical Co Ltd	35	0,1%
Astellas Pharma Inc	35	0,1%
eBay Inc	35	0,1%
Nissan Motor Co Ltd	35	0,1%
Allstate Corp/The	35	0,1%
Taisei Corp	35	0,1%
Travelers Cos Inc/The	35	0,1%
China Merchants Bank Co Ltd	35	0,1%
Dow Chemical Co/The	35	0,1%
General Motors Co	35	0,1%
Assicurazioni Generali SpA	35	0,1%
Mitsubishi UFJ Financial Group Inc	35	0,1%
Celanese Corp	35	0,1%
Lear Corp	34	0,1%
Marathon Petroleum Corp	34	0,1%
Siam Cement PCL/The	34	0,1%
CIT Group Inc	34	0,1%
Samsung Heavy Industries Co Ltd	34	0,1%
Smurfit Kappa Group PLC	34	0,1%
United Rentals Inc	34	0,1%
Scripps Networks Interactive Inc	34	0,1%
Mizuho Financial Group Inc	34	0,1%
Eaton Corp PLC	34	0,1%
Prudential Financial Inc	34	0,1%
MS&AD Insurance Group Holdings Inc	34	0,1%
DTE Energy Co	34	0,1%
Walgreens Boots Alliance Inc	33	0,1%
Kao Corp	33	0,1%
LyondellBasell Industries NV	33	0,1%
Japan Airlines Co Ltd	33	0,1%
Central Japan Railway Co	33	0,1%
Inner Mongolia Yitai Coal Co Ltd	33	0,1%

Western Union Co/The	33	0,1%
MSG Networks Inc	33	0,1%
Mitsui Chemicals Inc	33	0,1%
Hoya Corp	33	0,1%
Nissin Foods Holdings Co Ltd	33	0,1%
Bank of Yokohama Ltd/The	33	0,1%
Avnet Inc	33	0,1%
ManpowerGroup Inc	33	0,1%
FamilyMart Co Ltd	33	0,1%
AXA SA	33	0,1%
CenturyLink Inc	33	0,1%
PACCAR Inc	33	0,0%
Panasonic Corp	33	0,0%
Fuji Heavy Industries Ltd	33	0,0%
Nexon Co Ltd	32	0,0%
Next PLC	32	0,0%
Baidu Inc	32	0,0%
Sekisui House Ltd	32	0,0%
Guangzhou Automobile Group Co Ltd	32	0,0%
Juniper Networks Inc	32	0,0%
Southwest Airlines Co	32	0,0%
Beijing Jingneng Clean Energy Co Ltd	32	0,0%
Mazda Motor Corp	32	0,0%
Obayashi Corp	32	0,0%
Alfresa Holdings Corp	31	0,0%
Power Corp of Canada	31	0,0%
Suzuki Motor Corp	31	0,0%
Dai-ichi Life Insurance Co Ltd/The	31	0,0%
Cooper Cos Inc/The	31	0,0%
Yahoo Japan Corp	31	0,0%
Medipal Holdings Corp	31	0,0%
Nippon Television Holdings Inc	31	0,0%
Yamaha Corp	31	0,0%
Tokyo Gas Co Ltd	31	0,0%
Kubota Corp	31	0,0%
Shimizu Corp	31	0,0%
Deckers Outdoor Corp	31	0,0%
Daiwa Securities Group Inc	31	0,0%
Bandai Namco Holdings Inc	31	0,0%
Nomura Holdings Inc	30	0,0%
Motherson Sumi Systems Ltd	30	0,0%
NetApp Inc	30	0,0%
Brenntag AG	30	0,0%
Aramark	30	0,0%
Mitsubishi Motors Corp	30	0,0%
Hino Motors Ltd	30	0,0%
Kuraray Co Ltd	30	0,0%
T&D Holdings Inc	30	0,0%
Sika AG	30	0,0%
Kia Motors Corp	30	0,0%
Tata Steel Ltd	30	0,0%
Tyco International Plc	29	0,0%
China Singyes Solar Technologies Holdings Ltd	29	0,0%
Anhui Conch Cement Co Ltd	29	0,0%
Magnit PJSC	29	0,0%
Schlumberger Ltd	29	0,0%
Indocement Tunggal Prakarsa Tbk PT	29	0,0%
LG Household & Health Care Ltd	29	0,0%
JGC Corp	28	0,0%
TDK Corp	28	0,0%

Johnson Controls Inc	28	0,0%
JTEKT Corp	28	0,0%
GRUH Finance Ltd	28	0,0%
NOK Corp	28	0,0%
Yuzhou Properties Co Ltd	28	0,0%
Cheung Kong Property Holdings Ltd	27	0,0%
Alps Electric Co Ltd	27	0,0%
Novatek Microelectronics Corp	27	0,0%
Bank of Nova Scotia/The	27	0,0%
Archer-Daniels-Midland Co	27	0,0%
Huadian Fuxin Energy Corp Ltd	27	0,0%
Tech Mahindra Ltd	27	0,0%
Filinvest Land Inc	27	0,0%
Ossur HF	26	0,0%
BEC World PCL	26	0,0%
Intuit Inc	26	0,0%
Michaels Cos Inc/The	25	0,0%
Mediaset Espana Comunicacion SA	25	0,0%
Aviva PLC	25	0,0%
Novatek OAO	25	0,0%
Microlife Corp	25	0,0%
PTT Exploration & Production PCL	25	0,0%
Endo International PLC	24	0,0%
Weifu High-Technology Group Co Ltd	24	0,0%
Sands China Ltd	23	0,0%
Powszechna Kasa Oszczednosci Bank Polski SA	23	0,0%
FLSmidth & Co A/S	23	0,0%
Bank of Montreal	23	0,0%
Surgutneftegas OAO	23	0,0%
Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering Co Ltd	22	0,0%
Vinci SA	22	0,0%
Summarecon Agung Tbk PT	22	0,0%
Sitoy Group Holdings Ltd	22	0,0%
Oil & Gas Development Co Ltd	22	0,0%
Kolao Holdings	22	0,0%
Atlas Copco AB	21	0,0%
UBS Group AG	21	0,0%
Schouw & Co	21	0,0%
TransCanada Corp	21	0,0%
Yanzhou Coal Mining Co Ltd	21	0,0%
Rio Tinto PLC	21	0,0%
MMC Norilsk Nickel PJSC	21	0,0%
Powszechny Zaklad Ubezpieczen SA	20	0,0%
Bank Pekao SA	20	0,0%
Øvrige aktier	1.599	2,4%
Børsnoterede aktier i alt	64.325	98,1%

Investeringsforeninger

Navn	Markedsværdi (mio. kr.)	Portefoljevægt
Carnegie WorldWide Globale Aktier	295	0,5%
Wellington Management PLC - Global Healthcare	176	0,3%
Maj Invest Danske Aktier	110	0,2%
Franklin Templeton Inv. Funds - Templeton Asia	91	0,1%
Nykredit Invest Engros - Vækstlande	90	0,1%
Handelsinvest Verden	89	0,1%
Carnegie WorldWide Asien	73	0,1%
Handelsinvest Danmark	53	0,1%
Skagen Global Fund	48	0,1%
Sparinvest Value Aktier	44	0,1%
Sydinvest BRIK Akkumulerende	33	0,1%

Franklin Templeton Inv. Funds - Templeton China	33	0,1%
Magna Umbrella Fund PLC - Eastern European Fund	29	0,0%
Øvrige investeringsforeninger	54	0,1%
Investeringsforeninger i alt	1.217	1,9%
Markedsværdi i alt	65.542	100,0%

Opgjort inklusiv beholdninger i markedsrente

Kun beholdninger større end 20 mio. kr. er vist

PFA Pension, unoterede kapitalandele

Beholdningsliste, ultimo december 2015 *



Danske unoterede kapitalandele

Navn	Markedsværdi (mio. kr.)	Portefoljevægt
ATPFA K/S	2.620	11,9%
Carlsberg Byen	418	1,9%
Axeltorv 2	399	1,8%
Sparinvest Property Fund K/S	168	0,8%
Ejendomsselskabet Portland Towers	150	0,7%
Private Equity New Markets II K/S	148	0,7%
Refshaleøens Ejendomsselskab A/S	133	0,0%
P/S Borgen Shopping	121	0,5%
Vækstfonden	111	0,5%
Copenhagen Infrastructure II K/S	101	0,5%
SE Blue Equity I K/S	90	0,4%
Ejendomsselskabet Norden IV K/S	81	0,4%
Polaris Private Equity III K/S	67	0,3%
Kirk & Thorsen Invest	66	0,3%
Erhvervsinvest III K/S	64	0,3%
Axcel IV K/S	64	0,3%
Polaris Private Equity II K/S	46	0,2%
Erhvervsinvest II K/S	40	0,2%
Dansk Vækstkapital K/S	39	0,2%
Ejendomsselskabet Norden I K/S	32	0,1%
Dong Energy	-	-
Irish Forestry	-	-
PF I A/S	-	-
SE Blue Renewables K/S	-	-
Welltec International ApS	-	-
Øvrige unoterede	31	0,1%
Unoterede danske kapitalandele i alt	7.673	34,9%

* Af konkurrencemæssige hensyn oplyses markedsværdien af enkelte direkte investeringer i unoterede kapitalandele ikke.

Udenlandske unoterede kapitalandele

Navn	Markedsværdi (mio. kr.)	Portefoljevægt
WELPUT - West End of London Property Unit Trust	1.926	8,8%
Goldman Sachs International Infrastructure Partners	932	4,2%
Prime Property Fund LLC	790	3,6%
North Haven Offshore Infrastructure Partners A L.P.	769	3,5%
Jamestown Premier Property Fund L.P.	754	3,4%
Tishman Speyer European Core Fund	601	2,7%
PATRIZIA Res Publica Hessen II	601	2,7%
Tishman Speyer "The Q"	565	2,6%
LogiReal Holding AB	545	2,5%
Moorfield Audley Real Estate Fund "B" L.P.	475	2,2%
Barclays Integrated Infrastructure Fund L.P.	425	1,9%
33 Holborn Property	410	1,9%
PAG Real Estate Partners L.P.	402	1,8%
Horsley Bridge IX L.P.	382	1,7%
RREEF America REIT II, Inc.	345	1,6%
Carlyle Realty Foreign investores VII-B L.P.	244	1,1%
J.P. Morgan Real Estate Income and Growth Fund	241	1,1%
North Haven Real Estate Fund VIII Global, L.P.	233	1,1%
ProLogis European Properties Fund II	231	1,0%
Resolution Real Estate Fund IV	229	1,0%
Nordic Capital VII Alpha, L.P.	204	0,9%
PAI Europe V, L.P.	182	0,8%
AXA Secondary Fund V L.P.	174	0,8%

Horsley Bridge International V L.P.	165	0,7%
Horsley Bridge International IV L.P.	162	0,7%
ASF VI	160	0,7%
Horsley Bridge VIII L.P.	145	0,7%
Apollo VIII	119	0,5%
Partners Group Secondary 2008 L.P.	118	0,5%
H.I.G. Realty Partners III (Offshore) L.P.	104	0,5%
Hutton Collins Capital Partners III L.P.	100	0,5%
Nordic Mezzanine Fund III, L.P.	93	0,4%
Angelo Gordon Realty Fund IX L.P.	88	0,4%
Horsley Bridge International III L.P.	85	0,4%
Blackstone Strategic Partners Fund IV LP	84	0,4%
Schroder Private Equity Fund of Funds II PLC	84	0,4%
NREP Logistics AB	67	0,3%
Coller International Partners V L.P.	61	0,3%
Gaillon SCA	60	0,3%
Blackstone Strategic Partners Fund III LP	60	0,3%
Barclays European Infrastructure Fund L.P.	60	0,3%
Moorfield Real Estate Fund III "Partners Club" L.P.	54	0,2%
Moorfield Real Estate Fund III "B" L.P.	52	0,2%
AXA Secondary Fund IV L.P.	48	0,2%
Partners Group Secondary 2006 L.P.	45	0,2%
CVC VI	45	0,2%
ASF VII	43	0,2%
Herkules Private Equity III L.P.	40	0,2%
Danske Private Equity Partners IV, EUR	39	0,2%
Crown Private Equity PLC	39	0,2%
European Strategic Partners II	39	0,2%
European Fund Investments II L.P.	37	0,2%
Paul Capital Healthcare III, L.P.	37	0,2%
Danske Private Equity Partners IV, USD	37	0,2%
Euro Choice II L.P.	37	0,2%
Pillar Retail Europark Fund	34	0,2%
Øvrige unoterede	216	1,0%
Unoterede udenlandske kapitalandele i alt	14.315	65,1%
Unoterede danske og udl. kapitalandele i alt	21.988	100,0%

Opgjort inklusiv beholdninger i markedsrente
Kun beholdninger større end 30 mio. kr. er vist

Bilag 4: Transskription af Kæk Cancer showet

1	00:20 - 00:45 A	Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær Står ved siden af et bord, med dekorerede papirposer med lys i. Omgivet af gæster	(Stemningsmusik) Velkomst, præsentation af dekorerede papirposer med lys i.
2	00:45 - 01:22 G	Reklame: forsk. personer (fx. barn, pølsevognsmedarbejderen, en unge kvinde) tegner, modellerer eller på anden måde frembringer "Knæk Cancer blomsten" bla gennem skydiving.	(Stemningsmusik)
3	01:22 - 02:28 A	Mikkel Beha Erichsen, Cecilie Frøkjær. "Perlerækken": Louise og Felix, Jarl og Peter, Puk D., Morten, Janni og Lasse (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	(Klapsalver) Erichsen og Frøkjær: Velkomst. Præsentation af de øvrige "hjelpeværter", på scenen.
4	02:28 - 03:37 G	Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær går hen på ny scene. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt	(Klapsalver) Tilskynder til at seerne donerer. Påmindelse om at man kan vinde præmier. Beha siger "Danmark har stået sammen" og "Lad os SÅ få knækket den cancer!"

		beløbet)	
5	03:37 - 04:17 G	Louise og Felix står omgivet af biler på ny scene (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	(Klapsalver) velkomst til "gavebutikken": første præmie præsenteres som en rejse til Australien
6	04:17 - 04:53 E	Rejsereklame fra Atlantis Rejser	(overvoice som fortæller om rejsen samt konkurrencebetingelser)
7	04:53 - 05:21 E	Felix Tre nye biler vises frem (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	præsenterer tre præmiebiler, opfordrer til at deltage.
8	05:21- 05:50 A	Louise og Felix viser showets call-center (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	opfordrer seere til at ringe ind: for at modtage seerens økonomiske bidrag samt at fortælle seernes historier

9	05:50 - 05:56 A	Puk som sidder i callcenter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Fortæller at hun tager imod opkald, hun glæder sig
10	05:56 - 06:04 G	Louise (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Opfordrer til at støtte
11	06:04 - 06:39 G	Felix På bagskærmen vises billeder af "fortolkninger" af Knæk Cancer-blomsten (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Opfordrer til at se videre, chatte på TV2 og sende billeder på Facebook, lægge et billede på Instagram af Knæk Cancer blomsten. For hvert billede donerer virksomheden Boost et beløb.
12	06:39 - 06:55 A	Louise og Felix (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Introducerer til "kasselestrene" (klapsalver)
13	06:55 - 07:27 A	Jarl og Peter sidder ved et bord (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Fortæller at de har en lommeregner og en fax

14	07:27 - 07:28 A	Felix (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Opfordrer til klapsalve (klapsalve)
15	07:28 - 07:44 A	Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	(klapsalve) fortæller at vi netop har set kasselestrene.
16	07:44 - 08:16 H	Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet) (Billede af ung kvinde på baggrundsskærm)	Introducerer til historie om Frederikke der har fået kræft, og udsensmæssige konsekvenser heraf, samt introducerer Mikkel Krüger (kollega)
17	08:16 - 08:22 I	Billeder af Herlev Hospital (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	(stemningsmusik)
18	08:22 - 08:34	Frederikke og Mikkel Krüger: går rundt på hospitalet. (Der vises en bjælke med	(fortsat stemningsmusik)

	I	donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	
19	08:34 - 08:38 C	Billeder af Frederikke (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	(fortsat stemningsmusik) Fortæller om hendes sygdom og situation
20	08:38 - 08:50 I	Billeder af Frederikkens blog (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	Fortæller hvad hun anvender bloggen til
21	08:50 - 08:54 I	Frederikke - stilbilleder (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	overvoice, Frederikke præsenterer sig selv

22	08:54 - 09:23	Sygeplejeske, Mikkell Krüger, Frederikkess familie	(stemningsmusik) Latter og festlig stemning
	I	sygeplejersken har pyntet op med balloner og serpentiner på stuen. Mikkell tager billeder. En sygeplejerske giver Frederikke et knus. (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	
23	09:23 - 09:49	Mikkell, Frederikke og hendes familie er på stuen.	Mikkell spørger Frederikke indtil hendes sidste kemobehandling
	C	(Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	
24	09:49 - 09:54	Billeder af Herlev Hospital	(stemningsmusik)
	I	(Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	
25	09:54 - 10:03	Frederikke og Mikkell Krüger	Taler om ventetid
	C	(Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten	

		"Send Knæk til 1234 (150 kr)")	
26	10:03 - 10:08 I	Billeder af Herlev Hospital (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	(stemningsmusik) Voiceover - Frederikke fortæller om at få kemo
27	10:08 - 10:16 I	Stilbillede af Frederikke der ligger i en hospitalsseng og får kemo (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	fortæller om virkning, bliver syg og sover.
28	10:16 - 10:50 C	Frederikke og Mikkel Krüger på stuen (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr)")	fremviser et stort ar og om indgrebet. Mikkel spørger indtil Frederikkens udseende før sygdommen
29	10:50 - 11:08 H	fotografier af Frederikke før sygdommen indtraf (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150	(sart klaverspil) Frederikke fortæller om hendes udseende førhen

		kr)”)	
30	11:08 - 11:20 C	Frederikke og Mikkel Krüger på stuen (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten “Send Knæk til 1234 (150 kr)”))	(sart klaverspil) Frederikke fortæller om hendes udseende
31	11:20 - 11:32 J	fotografier af Frederikke efter sygdommen indtraf (selfies og lign.) og efter (med slanger, injekt. i arme osv.) (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten “Send Knæk til 1234 (150 kr)”))	(sart klaverspil) Frederikke fortæller om hendes udseende
32	11:32 - 12:15 J	Frederikke ligger i en hospitalsseng, Mikkel Krüger og en kvinde står ved siden af sengen. Frederikke modtager kemo og reagerer på saltvandet. Mikkel imiterer Frederikkens “chok” (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten “Send Knæk til 1234 (150	(Voiceover af Frederikke (Mikkel: Latter)

		kr)”)	
33	12:15 - 12:30 J	Mikkel forlader stuen (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en mindre bjælke med teksten “Send Knæk til 1234 (150 kr)”))	Frederikke bliver holdt i hånd af kvinden
34	12:30 - 12:36 G	Knæk Cancer logo og bidragsmuligheder præsenteres	(stemningsmusik)
35	12:36 - 14:19 C	Frederikke og hendes mor samt Cecilie Frøkjær sidder i en sofa i studiet (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder, samt en større bjælke der fortæller hvordan seeren donerer penge ind)	(klapsalver) Cecilie interviewer Frederikke om en kendt, der har været med i programmet Vild med Dans, Julia Sofia.
36	14:19 - 15:27 C	Frederikke og hendes mor samt Mikkel Krüger hjemme ved Frederikke - en kendt fra vild med dans, Julia Sofia, dukker op (Der vises en bjælke med donationer fra virksomheder)	(stemningsmusik) Frederikke bliver tydeligt overrasket over denne “overraskelse” arrangeret af Mikkel Krüger
37	15:27 - 15:40	Julia Sofia og Frederikke på Frederikkens værelse (Der vises en bjælke med donationer fra	Den kendte optager en selfie-video med Frederikke til Sofias blog.

	C	virksomheder, samt en større bjælke der fortæller hvordan seeren donerer penge ind)	
38	15:40 - 18:19 K	I studiet: Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær, Frederikke, hendes mor og Julia Sofia	(klapsalver) Mikkel taler om Frederikkens privatliv og indvirken på sygdommen med Julia Sofia. Moderen tilkendegiver at Frederikke er "sej", på baggrund af hendes "posts" på de sociale medier. Mikkel tilkendegiver at han synes at Frederikke så sød ud på billederne, og at hun ikke skal være ked af hendes udseende. Cecilie fortæller at seerne kan ringe ind til Julia Sofia og at man kan chatte med Frederikke (klapsalver og hujen)
39	18:19 - 19:55 A	Felix og Louise i call-centeret (mange kendte ansigter sidder ved telefonerne) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet) (Institutioner der vedrører kræft vises på baggrundsskærm)	Louise opfordrer til at ringe ind. Præsenterer hvad pengene blandt andet skal bruges til. Præsenterer præmien, rejsen til Australien.
40	19:55 - 20:08 A	Louise går hen til de dekorerede poser med lys (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Fortæller at mange danskere enten er syg, eller kender nogen, der er syge.

41	20:08 - 21:10 A	Morten og Louise, står ved siden af poserne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Fortæller at poserne er dekoreret for at symbolisere dem, der kæmper og dem der tabte kampen. Læser op fra teksterne på poserne.
42	21:10 - 21:42 K	Morten henvender sig til popsangeren Medina, som har dekoreret en af poserne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Medina fortæller at budskabet på posen er universelt.

43	21:42 - 22:08 K	(Optagelse vises fra Medinas Facebookprofil med Medina og en mand (Daniel), der cykler på en motionscykel)	Medina præsenterer Daniel og tilskynder seerne til at støtte Daniels indsamling
44	22:08 - 22:20 K	Morten, Medina og Louise, står ved siden af poserne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Morten fortæller Medina, at hun nu skal se hvad Daniel har bedrevet

45	22:20 - 22:34 J	Daniel filmes på en anden motionscykel, mens der står et hold og hepper på Daniel (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(der afspilles blød rock) Billedet af Daniel der cykler, optages i slow-motion
46	22:34 - 22:43 C	Daniel sidder i en kørestol med høj nakkestøtte ved siden af hans mor (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Daniels mor fortæller han Daniel er ked af at mange bliver kræftsyge, og ønsker at donere penge
47	22:43 - 22:50 J	Daniel cykler på en motionscykel (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(overvoice af Daniels mor)
48	22:50 - 23:00 C	Daniel, som er spastisk, artikulerer noget til hans mor (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Moderen fortæller, at der jo også er handicappede der lider af kræft

49	23:00 - 23:07 J	Daniel cykler på en motionscykel, artikluerer til en træner (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Træneren påskynder Daniel
50	23:07 - 23:25 C	Daniel, som er spastisk, artikulerer noget til hans mor (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Daniels mor i mild latter, oversætter at Daniel siger at han håber at cyklen holder
51	23:25 - 23:59 J	Daniel cykler på en motionscykel, artikluerer til en anden træner, omgivet af to andre personer samt sin mor som hepper, tæller ned og hujer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Daniel klynker og synes udmattet (Lydspor med stemningsmusik) (Klapsalver)
52	23:59 - 25:04 K	Morten, Medina og Louise, står ved siden af poserne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt	(Fortsat klapsalve) Medina fortæller at hun synes at han er god. Louise fortæller at han har indsamlet over 17.000,-

		beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
53	25:04 - 25:30 A	Mikkel Beha Erichsen og Cecilie Frøkjær på scene (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Frøkjær og Erichsen fortæller at det er Knæk Cancer showet, og at hele Danmark deltager: "Hele Danmark bakker op"
54	25:30 - 26:08 B	Ny vært, Karin Cruz, i en stor hal i Aabybro, med 530 mennesker samlet til spisning og fest (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(Koncertlyde i baggrund fra Astrid Johanne, som vandt Danmark har Talent)
55	26:08 - 26:25 B	Billeder af Astrid Johanne der spiller trommer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(Koncertlyde)

56	26:25 - 28:15	Karin Cruz, Anders Christiansen, Klaus	(Koncertlyde i baggrund fra Astrid Johanne, som vandt Danmark har Talent)
	A	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Anders fortalte at han står bag dette arrangement, og Klaus fortæller om de initiativer han har været med til at samle ind (modeshows, børnehaver ect.) De taler om hvad de tror, at der bliver indsamlet mere end sidste år
57	28:15 - 28:16	billeder af en collage af mennesker	(stemningsmusik)
	I		
58	28:16 - 28:21	Håndlavede plakater med teksten #VielskerdigRigtigmeget og #vistårsammen ect.	(stemningsmusik)
	I		
59	28:21 - 28:29	Drenge i gymnastiksal, lægger sig på ryggen og danner Knæk Cancer blomsten, en dreng har et stykke papir på maven med #kemo.	fortæller at han har haft knoglekræft i armen
	I	En masse unge står i gymnastiksalen med papirer holdt over hovedet med tekster på	
60	28:29 - 28:31	En gruppe unge mennesker står udenfor, og har på fortovet lavet en Knæk cancer blomst ud af vinglas	(stemningsmusik)
	I		

61	28:31 - 28:33 I	En gruppe mænd står på et torv, og har lavet Knæk Cancer blomsten ud af reb, stænger og træstubbe,	(stemningsmusik)
62	28:33 - 28:35 I	En gruppe kvinder står i en gågade og har dekoreret en sort plade med Knæk Cancer blomsten ud af garn	(stemningsmusik)

63	28:35 - 28:39 I	Der vises hurtige klip af mad, der er dekoreret af Knæk Cancer blomsten (gulerødder og agurk, lagkage, hundemad)	(stemningsmusik)
64	28:39 - 28:45 I	Der vises hurtige klip af mennesker, som lægger sig på gulvet og former Knæk Cancer blomsten (svømmere, gymnaster)	(stemningsmusik) De sidste, gymnasterne, råber "Knæk Cancer"
65	28:49 - 29:18 E	Louise og Felix i "gavebutikken" (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(Klapsalver) De opmuntrer til at deltage i lodtræningen. Nu er det både en rejse og en af bilerne, man kan vinde.

66	29:18 - 30:09 G	Billeder af mennesker, der spiller bingo En mand har vundet, og irriterer de øvrige. Kaster et glas vand i hovedet på sig selv, og kaster håndfulde af bingo-brikker sig selv og tømmer en flaske champagne ned over sig selv	(Speaker, som er bingo-afholder siger numre) Manden siger lyde og griner, rejser sig op og siger "banko", synger med på popmusikken (en art popmusik spilles) (En overvouce bekræfter at det "er dejligt at vinde")
67	30:09- 30:58 E	præsentation af WV Golf præmiebil, reklamestil (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	speak ("sats på noget hvor der er mere at vinde") efterfulgt af klapsalver
68	30:59- 32:00 K	Felix og Louise står i callcenteret og skal snakke med Sara (vært fra Vild med Dans). De taler om hvor mange penge der blev samlet ind ved Vild med Dans aftenen inden	Afsluttet med klapsalver
69	32:05- 33:37 L	Puk Elgård har et Skype-opkald med to små piger, Annabel og Luna. De har indsamlet 30775 kroner ved salg af malede bloklys. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Puk takker for hjælpen, publikum klapper

		donerer)	
70	33:38- 33:55 E	Felix og Line fortæller om lodtrækninger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
71	33:56- 34:23 E	Reklamefilm fra Atlantis Rejser - 14 dages rejse til Australien	Speak fortæller om rejse, sponsorer og der afsluttes med klapsalve
72	34:23 - 34:44 E	Felix og Line (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	(klapsalver) fortæller om lodtrækninger
73	34.44- 35:45 C	Cecilie Frøkjær og Morten Ankerdal står ved lysposer og hører om Christine der har skrevet en lyspose til sin storebror (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Cecilie fortæller, at omtrent 3500 personer årligt rammes af kræft Moderen til Christina står ved siden af. De bliver takket af frøkjær

74	35:45-36:17 A	Ankerdal står ved bordet med lysposterne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Ankerdal fortæller om åbenhed "vi" har fået overfor kræft og om at vi taler mere om kampen. Introducerer til "årets knæk-cancer tale"
75	36:18-37:50 K	Ghita Nørby står ved lysposterne, og holder "knæk-cancer" tale Publikum står bagved og kigger på Ghita. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Talen handler om det gode ved knæk cancer - samvær.
76	37:51-38:48 A	Stiller om til Mikkel Beha og Frøkjær der viser billeder af knæk-cancer blomster og donationer. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer og et billede af en bil)	præsenterer besøg samt introducerer til bandet Suspekt
77	38:49-39:26 K	Interview med musikkunstneren Suspekt der fortæller om en bekendt der er død af kræft.	underlægningsmusik

78	39:27-44:17 F	Koncert (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer og et billede af en bil)	musikindslag- Suspekts nummer skrevet i anledningen af Knæk Cancer. afsluttet med klapsalver
79	44:18-45:48 K	Stiller om til Line i callcenteret, hvor Line afbryder Mette Blomsterberg der taler i telefon med donerer. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer og et billede af en bil)	Blomsterberg fortæller om to piger der har lavet bolsjer som de har solgt for 20.000 kroner på facebook. Pigerne får ros af Line og Mette
80	45:48-47:12 M	Klip hvor Mette Blomsterberg er ude at løbe motionsløb med en skole, der har valgt at samle penge gennem motionsløbet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik og speak.
81	47:12-47:55 A	tilbage til call-centeret med Line og Blomsterberg. Line taler med James Price (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	taler om hvor mange penge der er blevet samlet ind.

82	47:55-48:53 A	Kameraet panorerer over til Felix og Louise også i callcenteret, viser billeder fra instagram, hvor forskellige personer har formet knæk-cancer blomsten (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	afsluttet med klapsalver fortæller historier. Bla. et billede af en knæk-cancer tatovering.
83	48:53-50:59 J	Stiller over til Cecilie Frøkjær og Anders breinholt på der står på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Breinholt skal møde fire børn det næste år. Breinholt fortæller at han vil gå frit til det, og uden berøringsangst. Breinholt præsenterer to børn der har kræft, Freja og Simon.
84	50:59-53:03 J	Klip med barnet Simon og Anders Breinholt der er på tur. De cykler. (der er en bjælke med teksten "Send Knæk til 1234 (150 kr.)")	Mens de cykler, taler de om kræft. Simon er Brøndby-fan og Breinholt er FCK-fan, det taler de om. Publikum griner af Simons' kommentarer Afsluttet med klapsalver.
85	53:03-55.13 J	klip med Breinholt og Freja. Breinholt og Freja danser sammen.	Publikum griner. De taler om hvordan Freja laver 'pranks'. De taler om hvad Freja får tiden til at gå med. afsluttets med et speak om hvordan man støtter og klapsalver

86	55:13-55:44 A	Felix og Line i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	taler om børn og unge, og laver status i callcenteret. Ole Kirks Fond donerer 2 millioner kroner
87	55:44 - 56:26 K	Felix interviewer Mads Vad, som sidder i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	Mads Vad fortæller om Jyske bank der har lavet kager og solgt dem.
88	56:26-58:33 A	Felix og Line spørger til 'kassemestrene' Jarl og Peter. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	I det Peter annoncerer det samlede indsamlede beløb bliver der spillet underlægningsmusik og publikum klapper og pifter. Kassemestrene: De fortæller om hvor meget der er indsamlet. På dette tidspunkt er der indsamlet 44.884.800kr (Klapsalve)
89	58:33-59:07 A	Mikkel Beha og Cecilie Frøkjær er scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	Fortæller om at pengene skal bruges til forskning, der relaterer sig til at knække cancer.
90	59:07-1:00:50	Felix og Line finder en vinder af Atlantis rejsen til Australien.	Værterne ringer vinderen op. Publikum kan høre med, og klapper. Vinderen ønsker ikke at have nogen med, da hun bor alene og befinder sig

	E	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	i england
91	1:00:51 - 1:01:44 E	Reklame-præsentation af en VW Polo man kan vinde.	speak der handler bilens specifikationer og dramatisk underlægningsmusik Afsluttes med klapsalver afsluttes med speak.
92	1:01:44 - 1:02:03 E	Stiller om til Line og Felix.	Fortæller hvordan man vinder en Polo ved at støtte Småsnak ved publikum
93	1:02:03 - 1:03:22 H	Cecilie Frøkjær og Ankerdal på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	fortæller om hvor historier de har hørt. Ankerdal fortæller om da hans egen far havde kræft. Præsenterer Mikael der er kræftramt, han har fået lavet en knoglemarvstransplantation
94	1:03:22 - 1:04:54 C	Klip med Mikael og Ankerdal der spiser kage i Mikael's lejlighed (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	Stille og sørgelig stemningsmusik. Mikael taler om hans sygdom, og hvordan hans syn er blevet meget svækket. De skal til kontrol hos lægen.

95	1:04:54 - 1:06:08 C	Mikael og Ankerdal tager metroen til hospitalet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	De taler sammen om at Mikael er nervøs for at få svar på sine prøver.
96	1:06:08 - 1:07:21 C	Mikael og Ankerdal sidder hhv i venteværelset og ved lægen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	Musikken skifter til noget lysere og mere up-beat da Mikael får at vide, der ikke er spor af kræft tilbage. Afslutter med klapsalver fra publikum
97	1:07:25 - 1:08:52 C	Mikkel Beha og Mikael sidder i studiet på scenen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, og et billede af en bil)	de taler og Mikaels ukendte doner. Mikael vil gerne sige tak til sin doner.
98	1:08:52 - 1:09:49 J	Klip fra Mikaels lejlighed, hvor Mikael ringer til sin doner. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	afsluttes med klapsalver

99	1:09:49 - 1:13:26 C	Mikkel Beha og Mikael sidder fortsat på scenen, og her bliver Mikael doner, Rasmus, inviteret ind i studiet og møder Mikael. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum klapper af Rasmus. Bliver afsluttet med klapsalver og "disney-musik"
100	1:13:26 - 1:14:12 A	Cecilie Frøkjær (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Frøkjær takker alle arrangementer, firmaer og privatpersoner der har støttet, og siger endvidere: "det er en folkesag" og stiller videre.
101	1:14:13 - 1:14:39 B	Stiller om til Janni og Lasse der er ude at danse line-dance i Herlev, med en masse dansere. De har danset hele dagen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	country-musik.
102	1:14:39 - 1:15:46 B	Janni og Lasse interviewer en af initiativtagerne, Britt Christophersen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	country-musik. Britt fortæller at hun sidste år var med til at donere 11000 kr. og at i år har hun taget initiativ i linedanceklubben hvor alle betaler 275 kroner som går til Knæk Cancer.

103	1:15:46 - 1:16:38 A	Janni og Lasse danser med (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	country-musik i baggrunden, Janni hujer.
104	1:16:39 - 1:17:01 E	Felix og Line starter lodtrækningen om en ny bil. WV Up (der er billeder der viser virksomhedsnavne + beløbet på deres donationer)	Der vises en nypoleret bil frem på scenen
105	1:17:02 - 1:18:10 F	Sketch: parmiddag, de spiller matador. Det ene par vinder, de er dårlige vindere. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	musik afsluttes af speak: "ja, det er nemlig dejligt at vinde..."
106	1:18:10 - 1:18:55 E	Efter det afsluttende speak, bliver den nye folkevogn præsenteret i en reklame. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	lounge-underlægningsmusik
107	1:18:55 - 1:19:10 E	Felix og Line står i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Fortæller hvordan man kan vinde bilen

108	1:19:13 - 1:20:35 C	Ankerdal står udenfor ved lysposen og læser dem. Vi møder en mand der hedder Peter Schmidtke, Peter fortæller at han kører bus og det er han glad for. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak blandt publikum. Peter fortæller, hans mor døde af kræft. Peter har selv haft en hjernetumor. Peter Schmidtke: <i>"nå ja, hvis jeg nu endelig skal dø, ehm i stedet for i en trafikulykke for eksempel, jamen så at man var væk med det samme, har kunne jeg i det mindste så nå at tage afsked med dem jeg holder af"</i>
109	1:20:36 - 1:22:05 I	Et klip hvor Peter kører bus. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet. Der er også en tekstboks i højre hjørne "Mobilepay 1234 (valgfrit beløb)")	Stemningmusik. Peter fortæller henover klippet. Han fortæller om livet som kræftramt buschauffør. Børnene i bussen fortæller han er en sjov buschauffør. afsluttes med klapsalver.
110	1:22:06 - 1:22:17 C	Tilbage i studiet ved Ankerdal og Peter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Ankerdal følger op på de klip, man netop har set.
112	1:22:17 - 1:22:34 I	Der vises et klip af de børn som Peter kører bus for, de har lavet en hilsen til ham. Samtidig kan man se et nærbillede af Peter	Børnene råber "tak peter" i kor. Publikum klapper.

		(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
113	1:22:35 - 1:23:07 C	Ankerdal og Peter i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	De bliver enige om at man ikke skal give op, men blive ved med at kæmpe. Ankerdal siger at det har givet Peter syv år at leve i, og mange flere.
114	1:23:08 - 1.23:21 A	Stiller om til Puk Elgård der sidder i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Puk siger at det er vigtigt at man aldrig giver op.
115	1:23:21 - 1:24:49 L	Puk har et skype-opkald med Lise og Klaus (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Lise og Klaus fortæller at de har indsamlet hår.
116	1:24:49 - 1:26:13 K	Der panoreres over på Line, som også står i callcenteret. Hun med Morten Østergaard og Mette Frederiksen der sidder ved telefonerne i callcenteret.	Man kan høre at alle telefonerne er i fuld gang. Morten og Mette Frederiksen fortæller om deres indsamlinger. Mette Frederiksen fortæller at Vikebe

			har ringet ind, fordi hun synes at der skal forskes mere og derfor har hun doneret 100.000,- af egen lomme.
117	1:26:14 - 1:27:11 A	Der panoreres over til Felix, der viser billeder hvordan mennesker har lavet "knæk-cancer blomsten" (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
118	1:27:11 - 1:30:11 F	Koncert Under stykket bliver der klippet mellem billeder af Gustav Wolter, og billeder af mennesker der laver aktiviteter i forbindelse med knæk-cancer kampagnen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik. Gustav Wolters fortolkning af "Papirsklip".
119	1:30:14 - 1:31:33 E	Felix og Sofie ringer til en vinder, der har vundet bilen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Der klappes.
120	1:31:34 - 1:34:25 B	Der stilles om til Karin Cruz der står ved en fest hvor der auktioneres forskellige ting, hvor beløbet går til Knæk Cancer. Cruz taler med arrangøren af et	I baggrunden er der koncert, fest og dans. Der afsluttes med klapsalver.

		knæk-cancer motionsløb.	
121	1:34:25 - 1:35:23	Cecilie Frøkjær og Mille Beha i studiet I baggrunden er der billeder af Knæk Cancer blomster (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Publikum klapper Beha og Cecilie taler om senfølger.
122	1:35:23 - 1:35:49 J	Klip med Ellen der lider af senfølger	Baggrundsmusik Speak: Ellen fortæller om sine senfølger
123	1:35:50 - 1:36:04 J	Klip med Hans Gunnar der lider af senfølger	Baggrundsmusik Speak: Hans Gunnar fortæller om sine senfølger
124	1:36:04 - 1:36:33 J	Klip med Mikael der lider af senfølger	Baggrundsmusik Speak: Mikael fortæller om sine senfølger

125	1:36:34 - 1:36:50 J	Klip med Charlotte der lider af senfølger	Baggrundsmusik Speak: Charlotte fortæller om sine senfølger
126	1:36:51 - 1:36:53 I	Klip af Ellen, Hans Gunnar, Mikael og Charlotte der står på række	Baggrundsmusik
127	1:36:54 - 1:36:59 J	Klip med Hans Gunnar	Baggrundsmusik Hans Gunnar fortæller om hans liv efter kræft.
128	1:37:00 - 1:37:06 J	Klip med Mikael	Baggrundsmusik Mikael fortæller om sine senfølger og siger: <i>"Jeg er kræftfri, men bliver aldrig fri for kræft"</i>
129	1:37:09 - 1:37:11 J	Klip med Ellen	Baggrundsmusik Ellen siger <i>"jeg er kræftfri, men jeg bliver aldrig fri for kræft"</i>
130	1:37:12	Klip med Charlotte	Baggrundsmusik Charlotte siger <i>"jeg er kræftfri men</i>

	- 1:37:17 J		<i>aldrig for kræft"</i>
131	1:37:18 - 1:37:27 G	Grafik viser hvordan man kan støtte	Baggrundsmusik Speak fortæller hvordan man støtter Klapsalver
132	1:37:28 - 1:38:20 K	Louise i callcenteret ved komikeren Geo. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Klapsalver småsnak i baggrunden fra callcenteret Louise og Geo taler om Geos kræftforløb og de senfølger Geo har problemer med.
133	1:38:21 - 1:38:53 K	Kameraet panorerer ud, så i billedet er Geo, Louise og Thomas Skov. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Småsnak fra callcenteret i baggrunden Thomas prikker Geo et sted hvor han har ondt pga senfølger. Louise og Geo griner af det.
134	1:38:54 - 1:39:55 K	Louise går over til Thomas Skov (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	småsnak i baggrunden De taler om Thomas og Geos nye show, hvor der laves sjov med de senfølger Geo har.

135	1:39:55 - 1:42:27 F	Sketch: Thomas Skov og Geo. Thomas spiller psykolog, Geo er patient.	Stemningsmusik Geo fortæller Thomas om sine senfølger og sin sygdom. Thomas er ignorant, vulgær og uforstående. Afsluttes med klapsalver
136	1:42:28 - 1:42:36 G	Grafik der viser hvordan man kan støtte.	Stemningsmusik Speak der fortæller hvordan man kan støtte klapsalver
137	1:42:37 - 1:44:07 C	Cecilie Frøkjær sidder i studiet og interviewer Charlotte Hübschmann og Per Holsteen Larsen, begge tidligere kræftramte og lider af senfølger. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Cecilie og Charlotte taler om senfølgerne, og hvordan andres forventninger er til 'raske' kræftpatienter.
138	1:44:08 - 1:46:09 C	Cecilie, Charlotte og Per i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Cecilie og Per taler om hans sygdomsforløb og hans senfølger. Per taler om at han er blevet givet en identitet som 'Cancer-patient'.
139	1:46:10 -	Cecillie, Charlotte og Per i studiet. (Der er løbende billeder af logoer	De taler om hvorfor det er vigtigt at tale om private ting. Cecilie fortæller at pengene fra Knæk Cancer 2017 går til mennesker med

	1:47:37 C	fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	senfølger. Afsluttes med jingle og klapsalver.
140	1:47:38 - 1:47:59 A	Felix og Louise står ved en bil i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	De taler om at der sker meget, og fortæller anekdoter om hvad der er doneret. afsluttes med klapsalver Louise fortæller at en, der er meget engageret er statsminister Lars Løkke.
141	1:48:00 - 1:48:08 I	Stemningsbilleder fra en folkeskole	Baggrundsmusik, fløjt
142	1:48:09 - 1:48:19 I	Lars Løkke ankommer til folkeskolen Der bliver taget selfies med Lars Løkke	Stemningsmusik Lars Løkke hilser
143	1:48:20 - 1:48:46 M	Lars Løkke står med Malthe og laver bolscher (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Stemningsmusik Lars Løkke taler med Malthe om bolscheproduktionen

144	1:48:47 - 1:49:13 M	Lars Løkke og Malthe laver boscher (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	baggrundsmusikken skifter lyden fra klippet fader ud Speak af Lars Løkke om hvad Knæk Cancer betyder for ham
145	1:49:14 - 149:16 G	Knæk Cancer animation med slogan "stå sammen"	Baggrundsmusik
146	1:49:17 - 1:49:54 A	Morten Ankerdal står i udendørsområde ved lysposer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Ankerdal fortæller at der skal afholdes et minuts stilhed, han beder seerne gøre det samme.
147	1:49:54 - 1:50:06 A	Kameraet filmer på lysposerne udenfor. Lyset dæmpes så lysposerne står skarpt frem	[1 minuts stilhed begyndt]
148	1:50:07 - 1:50:20 A	Der filmes i studiet og på publikum. Her er lyset dæmpet	[1 minuts stilhed] Vejrtrækning Folk rømmer sig

149	1:50:21 - 1:50:26 A	Janni og Lasse står ved linedancere, de holder et minuts stilhed.	[1 minuts stilhed]
150	1:50:27 - 1:50:32 A	Billeder fra et selskab hvor der også afholdes et minuts stilhed	[1 minuts stilhed]
151	1:50:33 - 1:50:51 A	Billeder fra udendørsområde med lysposer	[1 minuts stilhed]
152	1:50:52 - 1:50:56 A	billeder af publikum i studiet	[1 minuts stilhed]
153	1:50:57 - 1:51:04 A	Morten Ankerdal	[1 minuts stilhed slutter] Ankerdal siger " <i>tak skal i have</i> "
154	1:51:05 - 1:52:08	Livemusik starter i udendørsområde. Medina synger. (Der er løbende billeder af logoer	Livemusik

	F	fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
155	1:52:09 - 1:52:17 F	Medina går syngende fra udendørs området (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Livemusik
156	1:52:18 - 1:52:29 F	Medina går syngende ind på scenen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Livemusik
157	1:52:30 - 1:54:59 F	Medina står på scenen og synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Livemusik afsluttes af klapsalver
158	1:55:00 - 1:55:06 A	Billeder af publikum (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	klapsalver
159	1:55:07 -	Cecilie Frøkjær og Mikkel Beha på scenen	Klapsalver Cecilie siger mange tak.

	1:55:15 A		
160	1:55:16 - 1:55:17 A	Grafisk collage af billeder med mennesker (En tekstbjælke i bunden, som viser virksomhedsdonationer)	stemningsmusik
161	1:55:18 - 1:55:21 A	Billede af en brandmænd der laver en Knæk Cancer blomst (En tekstbjælke i bunden, som viser virksomhedsdonationer)	stemningsmusik
162	1:55:22 - 1:55:22 A	Billede af Knæk Cancer blomst der er lavet af stearinlys	stemningsmusik
163	1:55:23 - 1:55:24 A	Billede af Knæk Cancer blomst skåret i et græskar	stemningsmusik
164	1:55:25 - 1:55:27 A	Billede af en pige der har lavet en tegning af en Knæk Cancer blomst	stemningsmusik

165	1:55:28 - 1:55:29 A	Billede af en pige der laver en Knæk Cancer blomst på perleplade	stemningsmusik
166	1:55:30 - 1:55:35 A	Billeder af mennesker der laver en Knæk Cancer blomst af halmballer	stemningsmusik Speak: en kvinde fortæller om hendes mor der er død af kræft.
167	1:55:36 - 1:55:37 A	Billede af kvinden der fortæller om hendes mor.	Stemningsmusik Speak fortsat
168	1:55:38 - 1:55:41 A	Billeder af Knæk Cancer blomst lavet af halmballer	stemningsmusik Speak fortsat
169	1:55:42 - 1:55:46 A	Billede af brandbiler og brandmænd der former en Knæk Cancer blomst	stemningsmusik
170	1:55:47 - 1:55:51	Dansere former en Knæk Cancer blomst	Stemningsmusik Danserne siger " <i>Knæk Cancer</i> " i kor.

	A		
171	1:55:52 - 1:55:54 A	Animationslogo med slogan "Stå sammen"	Stemningsmusik Klapsalver
172	1:55:55 - 1:56:15 E	Louise og Felix står ved en bil man kan vinde Volkswagen Arteon (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	klapsalver Louise og Felix fortæller om bilen
173	1:56:16 - 1:56:50 E	Præsentation af den bil man kan vinde	Stemningsmusik Speak fortæller om bilen og hvordan man kan deltage.
174	1:56:51 - 1:57:01 E	Grafik der viser hvordan man kan donerer og deltage i konkurrencen.	Stemningsmusik Speak fortæller hvordan man donerer og deltager i konkurrencen.
175	1:57:02 - 1:58:20 A	Felix og Louise står ved Jarl og Peter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke	Småsnak fra callcenteret i baggrunden De taler om store beløber der er kommet ind, og de "rørende historier". Publikum klapper efter hver historie.

		med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	
176	1:58:21 - 1:59:30 A	Louise og Felix står ved Jarl og Peter Der er indsamlet 83.060.544kr	småsnak fra callcenteret Jarl fortæller hvor meget der er samlet ind. Publikum klapper Jingle
177	1:59:31 - 2:00:07 36 A	Cecilie Frøkjær og Mikkel Beha står i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Cecilie gentager beløbet Publikum klapper Der bliver sagt tak for nu, inden pausen
178	2:00:08 - 2:00:31 A	Louise og Felix står i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer, samt billede af en bil)	Baggrundsmusik Louise fortæller aftenens program. afsluttes med klapsalver og jingle
179	2:00:32 - 2:00:48 G	kameraet panorerer ud så man kan se callcenteret og til sidst den bil man kan vinde.	Stemningsmusik klapsalver
180	0:18 - 1:21	Ole Thestrup sidder i en stue (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke	Ole fortæller om at man skal bevare håbet og påskynder seeren at donere penge.

	K	med anvisninger til hvordan man donerer)	
181	1:22 - 1:24 A	Kameraet filmer studiet. Mikkel Beha og Cecilie Frøkjær står i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Jingle klapsalver Mikkel siger "Kom til lommerne, for vi skal have knækket den cancer"
182	1:25 - 1:28 A	Billede af callcenteret	Jingle klapsalver
183	1:29 - 2:32 A	Mikkel og Cecilie i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Jingle og klapsalver Cecilie siger tak til Ole og beder seeren om at følge hans opfordring til at donere Mikkel byder velkommen tilbage Mikkel annoncerer at der er doneret 97.245.680kr Jingle Klapsalver
184	2:33 - 2:43 A	Felix står i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Felix fortæller hvordan man kan donerer

185	2:44 - 2:54 A	Kameraet panorerer over til Louise, også i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der er småsnak fra callcenteret i baggrunden. Louise fortæller at der sidder "en hær" af mennesker og tager imod opkald
186	2:55 - 3:10 K	Louise taler med skuespilleren Niels Olsen der sidder i callcenteret og taler med en donor over telefon. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der er småsnak fra callcenteret i baggrunden.
187	3:10 - 3:25 K	Louise taler med filminstruktør og skuespiller, Anne Grethe Bjarup Riis, og vil høre hvordan det går. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der er småsnak fra callcenteret i baggrunden.
188	3:25 - 4:03 K	Close-up billede af Anne Grethe (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret. Anne Grete fortæller en historie fra en donor.

189	4:03 - 4:27 K	Louise vender tilbage til Niels (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	småsnak fra callcenteret. Louise beder ham fortsætte det gode arbejde. Han fortæller en historie om en donor.
190	4:27 - 4:33 A	Louise står på scenen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise siger der er gang i telefonerne. Og fortæller at man kan ringe. Der klappes. Småsnak fra callcenteret.
191	4:34 - 4:39 A	Der panoreres over til Felix, også i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	småsnak fra callcenteret. Felix taler med Vild med Dans dommer, Thomas Evers Poulsen.
192	4:39 - 5:09 A	Thomas sidder i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	småsnak fra callcenteret. Thomas fortæller at der især er mange børn der ringer ind, der har lavet forskellige ting de har solgt for at kunne donere.
193	5:09 - 5:17	Billede af Felix, der bevæger sig fra callcenteret hen til den bil der i øjeblikket konkurreres om. Felix lægger sig ind i bagagerummet.	

	A	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
194	5:18 - 5:31 E	Felix sidder i bagagerummet af den bil der kan vindes. Louise står ved siden af. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret. Felix præsenterer den næste præmie, en rejse til Miami
195	5:32 - 6:05 E	Præsentation/reklame for SAS rejsen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Speak der fortæller om rejsen. til sidst fortælles hvordan man deltager i konkurrencen.
196	6:05 - 6:19 E	Animation af Knæk Cancer logoet, og skrift der viser hvordan man støtter og derved deltager i konkurrencen.	Musik - fortsat Speak der fortæller hvordan man deltager ved at støtte. Der afsluttes med klapsalver.

197	6:20 - 6:49 H	Mikkel Beha og Frøkjær står på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	præsenterer det næste musikanummer.
198	6:50 - 6:58 I	Klip med forsangeren fra Carpark North, Lau Højen. Lau går langs kyst. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Laus sang bliver spillet i baggrunden. Lau fortæller om den sang han har skrevet da han mistede sin mor til cancer.
199	6:59 - 07:06 K	Close-up af Laus ansigt. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik - fortsat Voice-over af Lau der fortæller om da han blev ringet op og fik at vide at hans mor er syg.
200	7:06 - 7:11 K	Billede af havet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik - fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
201	7:11 -	Billede af Lau der kigger udover havet	Musik fortsat

	7:15 K	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	
202	7:15 - 7:17 I	Billede af havet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat
203	7:18 - 7:26 K	Billede af Lau der står på molen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
204	7:26 - 7:28 K	Close-up af Laus ansigt. Sidder på molen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
205	7:29 - 7:35 K	Billede af Lau der sidder indenfor i en stue. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
206	7:36 - 7:39 K	Billede af Lau der står ved vandet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat

207	7:39 - 7:46 I	Stilbillede af en kvinde (formodentlig Laus mor) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
208	7:47 - 8:01 K	Billede af Lau der går langs strand (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
209	8:02 - 8:07 K	Lau går ind i et hus (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller
210	8:08 - 8:22 K	Lau går ind i et studie (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Musik fortsat Lau hilser på to mænd der står ved instrumenter Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
211	8:23 - 8:26 K	Billede af guitarer. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
212	8:26 - 8:27	Billede af et albumcover (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har	musik fortsat

	K	doneret)	
213	8:28 - 8:31 K	Lau sidder ved en pc, omgivet af musikinstrumenter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
214	8:32 - 8:32 K	Fod der træder på rodede kabler. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
215	8:32 - 8:44 K	Lau står med guitar ved en mikrofon og synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Lau synger, og taler med sine kollegaer Lau fortæller om sin mors sygdomsforløb
216	8:45 - 8:48 K	Billede af Laus kollega der står med guitar (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller at sine kollegaer har kendt hans mor.
217	8:48 - 8:50 K	billede af nogle hænder der roder i en kuffert. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	musik fortsat Lau fortæller at sine kollegaer har kendt hans mor.

218	8:50 - 8:54 K	Nærbillede af et guitarhoved. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Lyd af guitar der bliver stemt. Lau fortæller at sine kollegaer har kendt hans mor.
219	8:54 - 9:00 K	Billede af Lau der sidder med guitar, en kollega sidder ved et keyboard. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Lyd af guitar der bliver stemt. Lau fortæller at sine kollegaer har kendt hans mor.
220	9:00 - 9:03 K	Nærbillede af en guitar der bliver spillet på. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Guitarspil lau fortæller om sin mor.
221	9:04 - 9:07 K	Billede af Lau der fortæller, siddende i stuen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller om sin mors sygdom
222	9:08 - 9:11 K	Stilbillede af Laus mor der smiler. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller

223	9:12 - 9:15 K	Stilbillede af Laus mor til en sportsbegivenhed (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller.
224	9:16 - 9:18 K	stilbillede af Laus mor ved havet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller
225	9:19 - 9:21 K	Stilbillede af laus mor i en skov. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller
226	9:22 - 9:29 K	Lau sidder ved et klaver og spiller (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil lau fortæller
227	9:29 - 9:31 K	Lau sidder i stuen og fortæller. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil Lau fortæller
228	9:32 - 9:33	Lau sidder ved klaveret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har	Klaverspil

	K	doneret)	
229	9:34 - 9:35 K	Lau sidder i stuen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil lau tager en dyb indånding
230	9:36 - 9:38 K	lau sidder ved klaveret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil Lau fortæller
231	9:39 - 9:43 K	Close-up af Laus hænder der spiller klaver. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil Lau fortæller
232	9:44 - 9:49 K	Lau sidder ved klaveret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil Lau fortæller
233	9:50 - 9:58 K	Lau sidder i stuen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaverspil Lau fortæller
234	9:59	Lau sidder ved klaveret og spiller	Lau spiller musik og synger dertil

	- 10:07 I	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	
235	10:08 - 10:12 I	Stilbillede af to mennesker på en blomstereng (formodentlig Lau og sin mor) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Laus klaverspil og sang fortsat Lau fortæller om sangen
236	10:13 - 10:17 I	Stilbillede af en kvinde og et lille barn (formodentlig Lau og sin mor)	Baggrundsmusik Lau fortæller om sangen,
237	10:18 - 10:23 I	Stilbillede af en kvinde der står med et lille barn der sidder ved på legetøjstraktor (formodentlig Lau og sin mor) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller om sin mor
238	10:24 - 10:30 I	Stilbillede af to drenge og en kvinde der står i en nåleskov (formodentlig Lau, sin mor og bror eller ven) (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller om sin mor.
239	10:31 - 10:35	Close-up af Laus ansigt. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har	Baggrundsmusik Lau fortæller om sangen

	I	doneret)	
240	10:36 - 10:44 I	Billede af Laus hænder der spiller klaver (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Lau fortæller
241	10:45 - 10:52 I	Lau står ved vandet, går ud af billedet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik
242	10:53 - 11:00 I	Billeder af havet, der fades over til Lau og hans band der står i studiet	Livemusik starter.
243	11:00 - 12:29 F	Billede af Lau der synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Livemusik
244	12:30 - 12:34	Billede af pianist der spiller (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	livemusik

	F		
245	12:35 - 12:38 F	Billede af Lau (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	livemusik
246	12:39 - 12:44 F	Billede af hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	livemusik
247	12:45 - 12:46 F	guitarist (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	livemusik
248	12:47 - 12:47 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
249	12:48 - 12:49	pianist (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Livemusik

	F	donerer)	
250	12:50 - 12:50 F	Lau der synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
251	12:51 - 12:52 F	guitarist (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
252	12:53 - 12:54 F	trommeslager (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
253	12:55 - 12:56 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
254	12:57 - 12:58 F	Billede af hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik

255	12:59 - 13:03 4 sek.	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
256	13:04 - 13:07 F	Billede af hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
257	13:08 - 13:44 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
258	13:45 - 14:00 F	Billeder af hele studiet Kameraet 'svæver' igennem hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
259	14:00 - 14:01 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik

260	14:02 - 14:04 F	Billeder af hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
261	14:05 - 14:07 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
262	14:08 - 14:14 F	Billeder af studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
263	14:15 - 14:21 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
264	14:22 - 14:23 F	Billeder af hele studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik

265	14:24 - 14:32 F	Lau synger (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
266	14:33 - 14:38 F	Billede af hele studiet. Sangen slutter. Lyset skifter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Sangen slutter Publikum klapper
267	14:39 - 14:47 F	Billede af Lau, han tørrer øjnene (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Publikum klapper og pifter.
268	14:48 - 14:54 M	Mikkel Beha, siger tak for nummeret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Mikkel siger tak. Publikum klapper
269	14:54 - 14:57	Billede af Lau der tørrer øjnene (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	småsnak

	M		
270	14:59 - 15:49 K	Louise står i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Travlhed i callcenteret. Hun taler med Stephania Potalivo, som er skuespiller. Stephania fortæller om at der er blevet solgt ud af inventarer fra en lejlighed der er hovedscenen fra tv-serien "Shjit happens" hvor hun spiller med i .
271	15:07 - 15.12 K.	Louise taler med skuespillerinde, Stephania Potalivo. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
272	15:13 - 15:17 K	Nærbillede af Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stephania og Louise taler om Stephanias arbejde.
273	15:18 - 15:21 K	Louise og Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	

274	15:22 - 15:35 K	Nærbillede af Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stephania og Louise taler om hvordan komedieserien "Sjit Happens" har samlet ind ved at sælge genstande fra settet.
275	15:36 - 15:49 K	Louise og Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stephania og Louise taler om hvordan komedieserien "Sjit Happens" har samlet ind ved at sælge genstande fra settet.
276	15:50-17:27 M	Klip fra da der blev afholdt loppemarked i den omtalte lejlighed fra Shjit Happens- TV-serien. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der er stemningsmusik. Og der bliver budt på de forskellige ting.
277	15:50 - 15:58 M	Billede af mennesker der står i kø, udenfor "Sjit happens" lejligheden. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Stephania fortæller at der er loppemarked fra lejligheden
278	15:58 - 15:59	Nærbillede af Stephania inde i lejligheden (Der er løbende billeder af logoer	Baggrundsmusik Stephania fortæller at der er loppemarked fra lejligheden

	M	fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
279	16:00 - 16:04 M	Billeder af lejligheden (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Stephania fortæller at der er loppemarked fra lejligheden
280	16:04 - 16:11 M	Nærbillede af Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Stephania fortæller at der er loppemarked fra lejligheden
281	16:12 - 16:28 M	Besøgende kommer ind i lejligheden (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Småsnak i baggrunden Besøgende bliver budt velkommen. En fortæller om et afsnit fra tv-serien.
282	16:29 - 16:37 M	Der er masser af mennesker i lejligheden. En skuespiller fra tv-serien afholder auktion af nogle varer. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Småsnak i baggrunden De besøgende byder på forskellige varer.

283	16:38 - 16:40 M	Stephania står ved et møbel sammen med en besøgende (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Småsnak i baggrunden
284	16:41 - 16:54 M.	Billeder af besøgende der kigger rundt (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik De besøgende udtrykker begejstring.
285	16:54 - 17:10 M	Der bliver solgt t-shirts med autografer på. Der er mange mennesker (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Småsnak i baggrunden. Der bliver budt på forskellige varer.
286	17:11 - 17:15 M	Stepania giver krammere til besøgende (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik småsnak i baggrunden Stephania siger tak for støtten til nogle af de besøgende.
287	17:16 - 17:17	Nærbillede af Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Baggrundsmusik Stephania fortæller

	M.	donerer)	
289	17:18 - 17:26 M	Billeder af lejligheden fuldt af mennesker. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Stephania fortæller
290	17:27 - 17:28 M	Louise og Stephania taler videre i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der klappes når Stephania fortæller hvor meget der er blev solgt for.
291	17:28 - 17:30 A	Animationslogo af Knæk-Cancer blomsten Slogan: "Stå sammen"	Jingle Klapsalver fra publikum
292	17:31 - 17:42 K	Louise står i Callcenteret og taler med Stephania (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver fortsat Stephania og Louise taler om loppemarkedet i lejligheden.

293	17:43 - 18:03 K	Stephania og Louise.	Publikum klapper i det Stephania fortæller at der er samlet 17.000 kroner ind til loppemarkedet
294	18:01 - 18:31 K	Kameraet panorerer ud, så man kan se hele callcenteret. Louise og Stephania taler videre. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Stephania fortæller at boozt.com har samlet 600.000 kroner ind, ved at sælge t-shirts med "knæk-caner" tryk.
295	18:32 - 20:15 E	Der panoreres over til Felix, han ringer til vinderen af bilen. Kameraet flytter sig fra callcenteret og over til Felix der ringer til vinderen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise og Felix taler med Kim, der er meget støj. Publikum klapper og hujer når Kim får at vide at han har vundet bilen.
296	20:15 - 20:28 F	Der klippes til en koncert med Shaka Loveless (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum synger med, og der er fest.
297	20:29 - 20:43	karin Cruz står blandt publikum og svinger med armene (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret	Musik fra koncerten

	F	- samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
298	20:45 - 20:48 F	Billede af hele koncerten hvor man kan se scenen og publikum (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik Karin taler til Leif
299	20:49 - 21:28 M	Karin står med armen om Leif blandt publikum (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik i baggrunden Mennesker synger med Leif og Karin taler om det arrangement de er til i Aabybro
300	21:29 - 22:07 M	Leif går ud af billedet. Karin taler med en anden gæst, Birthe. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik Publikum der synger med Birthe fortæller om sin far, der har kræft. Karin ønsker Birthe og hendes far held og lykke

301	22:08 - 22:46 M	Karin vender sig, og taler med Anders Christiansen, der er arrangør for denne indsamlingsfestfest. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik Publikum hujer Karin og Anders taler om arrangement
302	22:47 - 22:57 F	Shaka Loveless på scenen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik Karin og Anders taler
303	22:57 - 23:08 A	Felix og Louise står i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Der klappes i det der stilles om. man kan høre callcenteret i baggrunden. Felix taler om at der er bliver samlet penge ind.
304	23:09 - 23:30 K	Louise taler med fodboldspiller, Sanne Troelsgaard (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	callcenteret i baggrunden. Louise og Sanne taler om en t-shirt Sanne altid har på, når hun spiller kamp. Det er en t-shirt med et billede af Sannes far, der er død af kræft

305	23:30 - 23:36 I	Stilbillede af Sanne der står på en fodboldbane med t-shirten af hendes far på. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	callcenteret i baggrunden Louise og Sanne taler
306	23:36 - 24:11 K	Louise og Sanne i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	taler om t-shirten
307	24:12 - 24:22 I	stilbillede af kvindelandsholdet der har lavet en "Knæk-cancer blomst" (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise og Sanne taler sammen
308	24:23 - 24:31 K	Sanne og Louise i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	callcenteret i baggrund Sanne og Louise taler
309	24:31 - 24:34	Close-up af Sannes andsigte (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Callcenteret i baggrund Sanne og Louise taler

	K	donerer)	
310	24:34 - 24:41 K	Sanne og Louise (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Callcenteret i baggrunden Sanne og Louise taler Louise siger tak
311	24:42 - 25:01 A	Der panoreres over til Puk, der også sidder i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Callcenteret i baggrunden klapsalver Puk fortæller hun har et skype opkald
312	25:02 - 26:21 L	Skypeforbindelse mellem Michéle Bellaiche og Puk Man kan se billede af Michele og Puk Der er indsamlet 14.000.000kr ind (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Callcenteret i baggrunden. Michele og Puk taler om at Go' aften og Go'morgen Danmark har samlet ind i løbet af ugen. Publikum klapper da Michele fortæller det indsamlede beløb Puk råber "Jaaaa" i glæde

313	26:22 - 26:44 A	Der panoreres gennem callcenteret, tilbage til Felix og Louise I baggrunden ses der billeder fra ugens forløb (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Callcenteret i baggrunden Louise og Felix taler om Knæk Cancer bussen, der har været rundt i hele landet.
314	26:45 - 26:47 F	Udendørs område, hvor to musikere spiller livemusik.	Livemusik
315	26:48 - 26:51 F	Billeder af en knæk-cancer blomst fra ugens forløb (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik fortsat Småsnak fra klippet Frøkjær siger: "alle de mennesker der stimlede sammen for at knække cancer"
316	26:52 - 26:59 J	Klip hvor kvinde bliver interviewet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik fortsat Kvinden fortæller om da hun mistede sit hår mens hun var i bad.

317	27:00 - 27:07 A	Klip hvor Krüger sidder ved en mandegruppe (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik fortsat
318	27:08 - 27:10 A	Klip fra udendørsområde hvor der spilles musik	Livemusik fortsat
319	27:11 - 27:24 A	Klip hvor Krüger dyrker pilates med en gruppe mænd. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik fortsat Mikkel taler med mændene om øvelserne
320	27:25 - 27:27 F	Udendørsområde hvor der er livemusik	Livemusik
321	27:28 - 27:39 A	Klip hvor Krüger står med en kræftpatient der bliver mødt af hendes kollegaer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Livemusik Patienten bliver glad Krüger og patienten taler sammen.

		donerer)	
322	27:40 - 27:41 F	Udendørsområde hvor der bliver spillet livemusik (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	livemusik
323	27:42 - 27:50 F	Klip hvor unge mennesker samler en Knæk-cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik Ung pige fortæller hun er glad for at kunne samle ind.
324	27:51 - 27:59 F	Udendørsområde med livemusik Close-up af lysposer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
325	28:00 - 28:02 A	Knæk-Cancer animations logo	livemusik fader ud Publikum klapper

326	28:03 - 28:37 H	Puk står i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum klapper Småsnak fra callcenteret Puk fortæller at hun har besøgt Bonnie der har fået inflammatorisk brystkræft.
327	28:38 - 29:00 C	Puk og Bonnie i Bonnies køkken der laver kaffe (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Puk og Bonnie taler sammen
328	29:01 - 29:08 J	Billede af Bonnie med sine børn i baggrunden der leger. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Bonnie fortæller om hendes kræftsygdom
329	29:09 - 29:18 J	Der vises billeder af Bonnies børn (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik Bonnie fortæller om at fortælle sine børn om hendes sygdom.
330	29:19 - 30:04 C	Puk og Bonnie drikker kaffe i haven (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik De taler om at Bonnie skal på hospitalet.
331	30:05 - 30:32	Billeder af bonnie og hendes børn (Der er løbende billeder af logoer	Baggrundsmusik Bonnie fortæller om sygdommen småsnak fra klippet

	J	fra virksomheder, som har doneret)	
332	30:33 - 30:58 J	Billeder af børnene der leger. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	opmuntrende baggrundsmusik Bonnie og Puk taler
333	30:59 - 31:48 C	Puk, Bonnie og børnene sidder ved et havebord og maler (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	opmuntrende baggrundsmusik De taler sammen om hvad de maler og den kommende operation.
334	31:49 - 32:23 J	Billeder af Bonnie og hendes børn, morgenen den dag Bonnie skal opereres. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Klaver-stemningsmusik De taler sammen
335	32:24 - 32:46 J	Bonnie og hendes kæreste/mand går ind på hospitalet hånd i hånd (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik
336	32:47 - 32:48 A	Sort skærm med hvid tekst, der står "efter operationen" (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik

337	32:48 - 33:13 J	Bonnie ligger i en seng og møder hendes børn efter operationen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret)	Baggrundsmusik De taler sammen
338	33:14 - 33:16 A	Knæk-cancer Animationslogo	Baggrundsmusik Publikum klapper
339	33:17 - 36:54 C	Mikkel Beha, Puk og Bonnie sidder i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Beha interviewer Puk og Bonnie Publikum klapper undervejs Puk fortæller at hun har været til lægen for at få undersøgt hvorvidt hun selv har kræft. Det har hun ikke. Bonnie har besluttet sig for at få fjernet det raske bryst også, for at fjerne frykten for kræft. afsluttes med klapsalver
340	36:54 - 36:55 A	Grafik af en masse små billeder (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	speak om kræft

341	36:56 - 37:00 A	Ishockey (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	To spillere fortæller at de kender nogen der er syge af kræft.
342	37:01 - 37:03 A	Montage: en lille pige viser en tegning af en Knæk cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik
343	37:04 - 37:06 A	Montage: billede af en knæk-cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik
344	37:07 - 37:09 A	To ishockeyspillere. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik De fortæller om nogen de kender der har kræft.
345	37:09 - 37:12 A	Ishockeyspillere laver en Knæk Cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	stemningsmusik De to ishockeyspillere fortæller fortsat

		donerer)	
346	37:13 - 37:15 A	Timelapse af nogen der laver en Knæk Cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik
347	37:15 - 37:16 A	Knæk cancer blomst bliver malet på negle (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik
348	37:16 - 37:17 A	Knæk Cancer blomst bliver trimmet på en hest. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik svag lyd af en trimmer
349	37:18 - 37:20 A	Ishockeyspillere laver Knæk cancer blomst (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik Småsnak

350	37:20 - 37:25 A	Knæk Cancer animationslogo (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik Klapsalver
351	37:26 - 37:38 E	Felix og Louise står ved en bil. Felix står op igennem soltaget. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver Felix og Louise fortæller at man kan vinde en bil. "hvis du vil vinde en golf så ring til schmidt og wolff"
352	37:38 - 38:30 F	Sketch. Nogle drenge skyder straffespark. en er en dårlig vinder. Den dårlige vinder danser sejrdsans på forskellige måder (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik og lydeffekter Speak siger det er dejligt at vinde.
353	38:31 - 39:09 E	Præsentation af VolksWagen Golf GTE der er med i konkurrencen	Baggrundsmusik Speak der introducere til bilen, og fortæller hvordan man kan vinde den.
354	39:10 -	Grafisk skrift der viser hvordan man kan støtte	Baggrundsmusik Speak fortæller hvordan man kan støtte

	39:24 A		Afsluttes med klapsalver
355	39:24 - 39:40 A	Louise og Felix står ved kasselestene Jarl og Peter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise gentager konkurrencens deltagelsesmuligheder.
356	39:40 - 40:54 A	Nærbillede af Jarl og Peter Der kommer fax (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret. Jarl og Peter fortæller hvor mange penge der er blevet samlet sammen. Fortæller anekdoter. Klapsalver efter hver anekdote.
357	40:54 - 41:00 A	Jarl læser fax op (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum klapper
358	41:00 - 41:32 A	Jarl og Peter fortæller hvor meget der er samlet sammen indtil videre. Der er indsamlet: 113.991.664 kr (Der er løbende billeder af logoer	Peter læser op hvor meget der er samlet sammen. Publikum og værter klapper.

		fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	
359	41:33 - 41:52 A	Mikkel Beha og Cecilie Frøkjær på scenen (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer) I baggrunden står der "130.991.664"	Klapsalver De taler om hvor meget der er samlet sammen efterfulgt af klapsalver.
360	41:53 - 41:58 B	Billede af en masse mennesker der er til fest (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Musik
361	41:59 - 42:31 B	Lasse og Janni er til fest i det københavnske natteliv.	De taler om hvem der spiller musik til aftenens arrangement Snak i baggrunden
362	42:33 - 44:10 B	Lasse og janni interviewer arrangøren, Sune østergaard (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke	snak og latter i baggrunden Janni, Lasse og arrangøren taler om aftenens arrangement

		med anvisninger til hvordan man donerer)	
363	44:10 - 44:22 A	Janni afbryder Sune Østergaard, kameraet panorerer væk fra Sune. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak og latter i baggrunden Janni undskylder for at afbryde Afsluttes med klapsalver.
364	44:22 - 44:48 K	Mikkel og Cecilie i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Taler om Anders Breinholt. han skal følge 4 børn, og nu skal vi møde "computer-geniet Oscar" og "hestepigen Sif" som er 2 af de børn Breinholt skal møde.
365	44:49 - 45:27 C	Oscar ligger i hospitalsseng og spiller computer. Breinholt ligger ved siden af. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik Anders og Oscar Taler sammen
366	45:28 - 45:58 C	Oscar og Breinholt spiller Fifa (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Oscar og breinholt taler om spillet, og oscars sygdom.

367	45:49 - 46:36 C	Oscar får ondt i benet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Oscar og Breinholt taler om smerterne i benet
368	46:37 - 46:47 C	Oscar og Breinholt spiller Fifa (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Oscar og Breinholt taler om sygdomsforløbet
369	46:48 - 47:34 C	Sif og Breinholt på Sifs værelse (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Breinholt og Sif taler om heste og hendes sygdom
370	47:35 - 47:54 C	Sif og Breinholt står ved en kalender hvor Sif kan følge med i hvor lang tid der det til hun skal tage hendes sidste kemo-pille (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Breinholt og Sif taler om hvad der skal ske efter hun har taget den sidste pille
371	47:55 - 48:39	Sif rider på en hest udenfor, Breinholt Kigger på. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	De taler om heste og ridning

	C		
372	48:40 - 48:46 A	Grafik hvor der står hvordan man kan støtte	Baggrundsmusik Speak der fortæller hvordan man kan støtte
373	48:57 - 49:38 A	Felix og Louise i callcenteret I baggrunden ses der billeder af Knæk Cancer blomster (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	De taler om forskellige knæk-cancer logoer og at boozt.com donerer med 20 kroner for hver Knæk Cancer blomst der lægges på instagram. Felix takker. Publikum klapper
374	49:38 - 50:53 A	felix og Louise kigger på nogle af de billeder der er lagt på Instagram (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Lyd fra callcenteret i baggrunden Felix og Louise taler om billederne. Publikum klapper efter hvert billede. de fortæller om emblemet, man kan downloade og sætte på sine virtuelle profiler
375	50:54 - 51:06 A	Louise og Felix i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise fortæller om den næste præmie, en rejse til Miami

376	51:07 - 51:39 E	Videopræsentation af Miami-rejsen man kan vinde	baggrundsmusik Speak der fortæller om rejsen
377	51:40 - 51:55 G	Knæk Cancer logo og grafik der skriver hvordan man kan deltage	baggrundsmusik Speak fortæller hvordan man deltager i konkurrencen. afsluttes med klapsalver
378	51:56 - 52:12 K	Puk Elgård sidder ved telefonen i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Puk "Der er faktisk ikke noget sted jeg hellere ville være, end her fordi der er dejlig varmt og masser af omsorg i luften"
379	52:13 - 54:02 L	Skypeforbindelse mellem Puk og Gert og Emil (Far og søn). De har samlet ind. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Puk, Emil og Gert, taler om at Emil og Gert har sammen cyklet igennem USA. Publikum klapper.
380	54:03 - 54:05 B	Billede af publikum til en fest (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak og lidt klap

381	54:06 - 54:22 B	Karin Cruz står til fest i Aabybro (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak i baggrunden karin fortæller at der om lidt bliver annoncenteret hvor mange penge der er blevet doneret
382	54:23 - 54:38 B	Anders Christiansen, arrangør af festen, står på scenen. Der er indsamlet 325.103kr. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak i baggrunden Anders siger resultatet. publikum hujer og klapper. musik starter
383	54:39 - 55:38 B	Leif og Birthe fra tidligere står med Karin. Leif løfter Birthe i glæde. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Musik i baggrunden Publikum synger med og klapper Leif og Birthe fortæller de er rørte. Afsluttes med klap fra studiets publikum
384	55:39 - 56:34 A	Cecilie og Mikkel i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klap De taler om hvor fantastisk og overvældende det hele er. Cecilie introducerer til Kristina der lider af uhelbredelig knoglekræft.
385	56:35 - 56:43 H	Klip fra sidste års show, hvor Kristina bliver interviewet i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Baggrundsmusik Værterne og Kristina taler om Kristinas idol: Kim Kardashian

		donerer)	
386	56:44 - 56:46 K	Videohilsen fra Kim Kardashian til Kristina (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Kim fortæller hun håber på Kristina klarer sygdommen. Klapsalver
387	56:46 - 56:55 C	Stadig klip fra sidste års show med Kristina i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Speak fra Kristina, der fortæller at hun var i chok efter den hilsen.
388	56:56 - 57:20 J	Klip fra Kristinas lejlighed (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Kristina fortæller hun er ensom.
389	57:21 - 57:31 J	Kristinas kæreste kommer ind i værelset. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Kristina fortæller om hendes kæreste Viktor

390	57:32 - 57:40 J	Viktor og Kristina laver forskellige udendørs aktiviteter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Kristina fortæller
391	57:41 - 57:59 C	Close-up af Viktor (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Viktor fortæller om Kristina, at hun er en stærk pige.
392	57:59 - 58:02 G	Animationslogo fra Knæk Cancer	Musik stopper Klapsalver
393	58:02 - 58:04 A	Mikkel Beha står i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum klapper Beha fortæller om parret

394	58:05 - 58:15 10 sek.	Kameraet panorerer over til en lille publikums-lounge hvor Kristina og Viktor sidder i. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Publikum klapper Beha fortæller om parret
395	58:16 - 59:37 K	Louise står med chefredaktør for Billedbladet, Anne Mette Krakau. Der er indsamlet 4.000.000 (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise og Anne Mette taler om hvor mange penge Billedbladet har samlet ind. Publikum klapper når Anne Mette fortæller hvor meget de har samlet ind.
396	59:38 - 1:01:05 K	Louise går over til Nikolaj Koppel, der taler i telefon i callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	småsnak i baggrunden Louise og Nikolaj taler om hvor mange mennesker der har ringet ind. Nikolaj fortæller at han også har talt med mennesker der har kort tid tilbage at leve i. Nikolaj fortæller en historie om en kvinde der mindede ham om, at man skal huske de historier om de mennesker der ikke står til at redde. Afsluttes med klapsalver

397	1:01:06 - 1:01:14 E	Der panoreres gennem callcenteret over til Felix Felix står ved den sidste bil man kan vinde (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver Felix fortæller om bilen
398	1:01:15 - 1:01:51 E	Præsentation af Volkswagen Golf GTE (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Speak der fortæller om bilen
399	1:01:52 - 1:02:04 G	Knæk Cancer animations logo og grafik der viser hvordan man støtter	Baggrundsmusik speak fortæller hvordan man deltager i lodtrækningen
400	1:02:04 - 1:02:33 H	Mikkel Beha står i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Mikkel præsenterer næste menneske man skal møde, Rita Knudsen. Ritas mand er død af demens, og Rita bliver efterfølgende ramt af kræft.
401	1:02:34 - 1:03:08	Billeder af Rita og hendes mand. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Baggrundsmusik Rita fortæller om at have en mad der har demens.

	J		
402	1:03:09 - 1:03:19 J	Bildder fra Ritas mands begravelse	baggrundsmusik Speak fra Rita
403	1:03:20 - 1:05:50 C	Rita og Mikkell Beha i studiet. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Rita bliver budt velkommen Publikum klapper Beha interviewer Rita Rita fortæller om hvordan hun er kommet over sorgen i forhold til hendes mand, men bliver ramt af kræft efterfølgende.
404	1:05:51 - 1:06:33 J	videomontage af Ritas datter og bekendte der sender hilsner. Samtidig med at hilsnerne bliver vist, vises der et billede af Rita, så man kan se hendes reaktion (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Hilsner fra bekendte Klapsalver
405	1:06:34 - 1:08:00 C	Rita og Mikkell i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Mikkell interviewer Rita om hendes bekendte. afsluttes med jingle og klapsalver

406	1:08:01 - 1:08:03 I	Grafisk collage: en masse billeder af mennesker. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Jingle fortsat Klapsalver fortsat
407	1:08:04 - 1:08:10 I	Billede af en mand laver en Knæk Cancer blomst i jern. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik Manden fortæller at han laver en blomst for at støtte et godt formål
408	1:08:11 - 1:08:12 I	Billeder af en dreng der har lavet en knæk Cancer blomst af fodboldtrøjer (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik Drengen siger "knæk cancer"
409	1:08:12 - 1:08:14 I	Billeder af atleter der har laver en Knæk Cancer blomst hvor de ligger på en græsplæne. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik Atleterne siger noget i kor.

410	1:08:15 - 1:08:15 I	Billeder af gymnaster der laver en Knæk Cancer blomst på en madras. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik
411	1:08:16 - 1:08:17 I	Billeder af unge mennesker der laver en Knæk Cancer blomst med deres arme (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik
412	1:08:18 - 1:08:21 I	Billeder af en der laver en Knæk Cancer blomst af snore. Kvinden blinker til kameraet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	stemningsmusik
413	1:08:22 - 1:08:23 I	Billeder af en Knæk Cancer blomst lavet af røde og hvide blomster (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Stemningsmusik
414	1:08:24 -	Billeder af den Knæk Cancer blomst der er blevet lavet af jern	stemningsmusik Manden fortæller at blomsten bliver sat til salg, og pengene bliver doneret

	1:08:29 I	(Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	til Knæk Cancer.
415	1:08:30 - 1:08:33 G	Knæk cancer animation med slogan "Stå sammen"	stemningsmusik
416	1:08:34 - 1:09:05 E	Felix og Louise står ved kasselestrene jarl og Peter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret i baggrunden De taler om Miami.
417	1:09:06 - 1:10:02 E	Felix og Louise ringer op til vinderen af rejsen til Miami (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet)	Småsnak fra callcenteret i baggrunden Felix og Louise taler med vinderen, Margit, publikum kan høre med. De klapper Margit bliver glad. Margit ønskes god rejse, og publikum klapper
418	1:10:03 - 1:10:24 A	Felix og Louise i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Felix og Louise taler om hvad pengene går til, blandt andet mennesker der lider af senfølger.

419	1:10:25 - 1:10:50 J	Klip af Susanne der lider af senfølger. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Susanne fortæller hvordan hun har fået problemer med hukommelse.
420	1:10:51 - 1:11:09 J	Klip af Per der lider af senfølger, klinisk depression (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Per fortæller om sine senfølger.
421	1:11:10 - 1:11:17 J	Klip af Susanne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Susanne fortæller hvordan hun har fået problemer med hukommelse.
422	1:11:18 - 1:11:25 J	Klip af Per (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	baggrundsmusik Per fortæller om sine senfølger.
423	1:11:26 - 1:11:31 J	Klip af Susanne (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	Baggrundsmusik Susanne siger: "Jeg er kræftfri, men [kort pause] jeg bliver aldrig fri for kræft".

		donerer)	
424	1:11:32 - 1:11:35 J	Klip af Per (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Baggrundsmusik Per siger: "Jeg er kræftfri, men jeg bliver aldrig for kræft"
425	1:11:36 - 1:11:44 G	Grafik der viser hvordan man støtte	Baggrundsmusik speak der fortæller hvordan man støtter afsluttes med klapsalver
426	1:11:45 - 1:14:04 D	Louise Wolff interviewer professor og kræftlæge, Hans Von Der Maase (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise og Hans taler om hvor langt forskningen er. Hans siger at pengene gør en forskel: <i>"Det gør en hel hel forskel, de penge som vi i fællesskab samler ind her i Knæk Cancer ugen og her i aften, de vil have afgørende betydning for livsvigtig kræftforskning som er en forudsætning for, så at sige alle vores fremskridt, øh, det vil betyde forbedret forebyggelse, forbedret diagnose og behandling og, og vil også kunne hjælpe og støtte mennesker med kræft, herunder mennesker som har overlevet, er blevet helbredt for kræft, men desværre lider under nogle senfølger efter den kræftbehandling de har fået tidligere."</i> afslutningsvis siger Louise tak Publikum klapper

427	1:14:05 - 1:14:35 F	Mikkel Beha og Cecilie Frøkjær står i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Mikkel og Cecilie præsenterer næste musiknummer. Jesper Binzer, forsanger fra DAD, har lavet et nummer. "Rock on rock on rock"
428	1:14:35 - 1:16:46 F	Jesper Binzer står med band på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
429	1:16:47 - 1:17:04 F	Guitarsolo. Jesper opfordrer publikum til at klappe i takt (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik Publikum klapper i takt
430	1:17:05 - 1:18:09 F	Jesper står med band på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik
431	1:18:10 - 1:18:19	Billeder af Jesper og publikum (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Livemusik slutter Publikum og band klapper

	F		
432	1:18:20 - 1:18:22 A	Felix og Louise står i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	klapsalver fortsat Felix siger tak til musikerne.
433	1:18:23 - 1:19:21 K	Felix og Louise i Callcenteret. De taler med racerkøreren Jason Watt (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	småsnak fra callcenteret Felix taler med Jason Watt. Felix: "er der ikke mange børn, der ringer ind?" Watt: jo, det er der i hvertfald!" Jason fortæller om Freja på 12 år, der donerer 3700kr, hun selv har samlet ind. Publikum klapper Felix siger: "Hele Danmark står sammen"
434	1:19:21 - 1:21:03 A	Louise og Felix går over til Emil Beha. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret Louise og Emil fortæller om mennesker der har doneret. Blandt andet børn der har givet deres egne penge. Emil Beha: " [...] <i>lige fra små piger der ringer og øh, giver hele deres lomme pengeopsparing, som de har sparet igennem et år [...]</i> Louise beder Emil at hilse alle dem han taler med, og sige mange tak.
435	1:21:04 - 1:21:38	Felix og Louise i callcenteret (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man	småsnak fra callcenteret Felix og Louise læser op om forskellige initiativer der har samlet penge ind. Publikum klapper når der bliver læst op.

	A	donerer)	
436	1:21:39 - 1:21:56 H	Cecilie Frøkjær i studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Frøkjær siger tak for støtten. og introducerer til William Joe Hollis og Jef Holm-Hansen, der har fået kræft i en sen alder.
437	1:21:57 - 1:25:12 C	Cecilie Frøkjær sidder i studiet med Jef og William (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Cecilie interviewer Jef og William. De taler om den mandegruppe hvori de to mænd har mødt hinanden. Jef er blevet i gruppen efter han er blevet rask William er arrangør i gruppen. De taler om at mænd forholder sig til kræft på en anden måde end kvinder Cecilie siger tak jingle klapsalver
438	1:25:13 - 1:25:38 A	Felix og Louise står i callcenteret. man kan se hele callcenteret. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	klap fortsat Felix og Louise taler om callcenteret.

439	1:25:39 - 1:27:30 E	Felix og Louise i callcenteret. De skal finde den sidste vinder af Volkswagen Golf GTE Kameraet filmer bilen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Louise og Felix ringer vinderen op. Vinderen, Ann Lise fortæller hun var gået i seng. Publikum bryder ud i latter og klapsalver. Da Ann Lise får at vide at hun har vundet klapper og hujer publikum. afsluttes med klapsalver.
440	1:27:31 - 1:28:00 A	Felix og Louise går over til kasselestreene Jarl og Peter (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Småsnak fra callcenteret i baggrunden. De taler om hvor spændende det er.
441	1:28:01 - 1:28:02 A	Louise og Felix går ind ved siden af til scenen, kameraet følger med (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver
442	1:28:03 - 1:28:28 A	Mikkel Beha og Cecilie Frøkjær står på scenen. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	de siger tak for i aften og fortæller historier.

443	1:28:29 - 1:29:02 A	Felix kommer ind på scenen til Mikkell og Cecilie, resten af callcenteret kommer ind bagved (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Cecilie siger tak for i aften. Mikkell fortæller hvor meget der er samlet ind: <i>"I har nemlig givet 147.113.040 kr!"</i>
444	1:29:03 - 1:29:13 A	Kameraet filmer både publikum og scene. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Jingle Klapsalver
445	1:29:14 - 1:30:10 A	Kameraet filmer scenen hvor værterne står. i baggrunden kan man se beløbet der er blevet samlet ind. (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver der bliver sagt tak. Publikum hujer og klapper.
446	1:30:10 - 1:30:53 A	Rulletekster og billeder fra studiet (Der er løbende billeder af logoer fra virksomheder, som har doneret - samt beløbet og en større bjælke med anvisninger til hvordan man donerer)	Klapsalver stemningsmusik

Bilag 5: Udregning af tematikkernes fordeling og cirkeldiagram

Kategorisering af showets første del:

“Om programmet Knæk Cancer”: (Symbol A)

nr. 1: 25 sek.
nr. 3: 1.26 min.
nr. 4: 1.9 min.
nr. 8: 29 sek.
nr. 9: 6 sek.
nr. 13: 32 sek.
nr. 14: 1 sek.
nr. 15: 16 sek.
nr. 39: 1,36 min.
nr. 40: 13 sek.
nr. 41: 1,2 min.
nr. 53: 26 sek.
nr. 56: 1,50 min.
nr. 74: 32 sek.
nr. 77: 57 sek.
nr. 81: 43 sek.
nr. 82: 58 sek.
nr. 86: 31 sek.
nr. 88: 2,7 min.
nr. 89: 34 sek.
nr. 100: 46 sek.
nr. 103: 52 sek.
nr. 114: 13 sek.
nr. 117: 57 sek.
nr. 140: 21 sek.
nr. 146: 37 sek.
nr. 147: 12 sek.
nr. 148: 13 sek.
nr. 149: 5 sek.
nr. 150: 5 sek.
nr. 151: 18 sek.
nr. 152: 4 sek.
nr. 153: 7 sek.
nr. 158: 6 sek.
nr. 159: 8 sek.
nr. 160: 1 sek.
nr. 161: 3 sek.
nr. 162: 1 sek.
nr. 163: 1 sek.
nr. 164: 2 sek.
nr. 165: 1 sek.

nr. 166: 5 sek.
nr. 167: 1 sek.
nr. 168: 3 sek.
nr. 169: 4 sek.
nr. 170: 4 sek.
nr. 171: 2 sek.
nr. 175: 1,18 min.
nr. 176: 1,9 min.
nr. 177: 36 sek.

“Showet ude af huset”: (Symbol B)

nr. 54: 38 sek.
nr. 55: 17 sek.
nr. 101: 26 sek.
nr. 102: 1,7 min.
nr. 120: 2,51 min.

“Interview af patienter/pårørende”: (Symbol C)

nr. 19: 4 sek.
nr. 23: 26 sek.
nr. 25: 9 sek.
nr. 28: 34 sek.
nr. 30: 12 sek.
nr. 35: 1,43 min.
nr. 36: 1,8 min.
nr. 37: 1,13 min.
nr. 46: 19 sek.
nr. 48: 10 sek.
nr. 50: 18 sek.
nr. 73: 1,1 min.
nr. 94: 1,28 min.
nr. 95: 1,14 min.
nr. 96: 1,13 min.
nr. 97: 2,17 min.
nr. 99: 2,37 min.
nr. 108: 1,12 min.
nr. 110: 11 sek.
nr. 113: 32 sek.
nr. 137: 1,30 min.
nr. 138: 2,1 min.

nr. 139: 1,27 min.

“Interview eksperter”: (Symbol D)

0

“Konkurrence”: (Symbol E)

nr. 6: 36 sek.
nr. 7: 28 sek.
nr. 65: 29 sek.
nr. 67: 49 sek.
nr. 70: 17 sek.
nr. 71: 27 sek.
nr. 72: 21 sek.
nr. 90: 53 sek.
nr. 91: 53 sek.
nr. 92: 19 sek.
nr. 104: 22 sek.
nr. 106: 45 sek.
nr. 107: 15 sek.
nr. 119: 1,19 min.
nr. 172: 20 sek.
nr. 173: 34 sek.
nr. 174: 10 sek.

“Underholdning”: (Symbol F)

nr. 78: 4,50 min.
nr. 105: 1,8 min.
nr. 118: 3 min.
nr. 135: 2,32 min.
nr. 154: 1,3 min.
nr. 155: 8 sek.
nr. 156: 11 sek.
nr. 157: 2,29 min.

“Reklame for Knæk Cancer”: (Symbol G).

nr. 2: 37 sek.
nr. 5: 40 sek.
nr. 10: 8 sek.
nr. 11: 35 sek.
nr. 12: 16 sek.
nr. 13: 33 sek.
nr. 14: 1 sek.
nr. 34: 6 sek.
nr. 66: 51 sek.

nr. 131: 9 sek.
nr. 136: 8 sek.
nr. 145: 8 sek.
nr. 178: 23 sek.
nr. 179: 12 sek.

“Introduktion til personer”: (Symbol H)

nr. 16: 32 sek.
nr. 93: 1,19 min.

“Stemmingsbilleder”: (Symbol I)

nr. 17: 6 sek.
nr. 18: 14 sek.
nr. 20: 12 sek.
nr. 21: 4 sek.
nr. 22: 29 sek.
nr. 24: 5 sek.
nr. 26: 5 sek.
nr. 27: 8 sek.
nr. 57: 1 sek.
nr. 58: 5 sek.
nr. 59: 8 sek.
nr. 60: 2 sek.
nr. 61: 4 sek.
nr. 62: 2 sek.
nr. 63: 4 sek.
nr. 64: 6 sek.
nr. 109: 1,29 min.
nr. 112: 17 sek.
nr. 126: 3 sek.
nr. 141: 8 sek.
nr. 142: 10 sek.

“Personlige fortællinger”: (J)

nr. 29: 18 sek.
nr. 31: 12 sek.
nr. 32: 43 sek.
nr. 33: 15 sek.
nr. 45: 14 sek.
nr. 47: 7 sek.
nr. 49: 7 sek.
nr. 51: 34 sek.
nr. 83: 2,6 min.
nr. 84: 2,4 min.
nr. 85: 2,10 min.

nr. 98: 57 sek.
nr. 122: 26 sek.
nr. 123: 14 sek.
nr. 124: 29 sek.
nr. 125: 16 sek.
nr. 127: 5 sek.
nr. 128: 6 sek.
nr. 129: 2 sek.
nr. 130: 5 sek.

“Interview af kendte”: (Symbol K)

nr. 38: 2,39 min.
nr. 42: 32 sek.
nr. 43: 26 sek.
nr. 44: 12 sek.
nr. 54: 1,5 min.
nr. 68: 1,1 min.
nr. 75: 1,32 min.
nr. 76: 37 sek.
nr. 79: 1,30 min.
nr. 87: 1,2 min

Kategorisering af showets anden del:

**“Om programmet Knæk Cancer”:
(Symbol A)**

nr. 181: 2 sek.
nr. 182: 3 sek.
nr. 183: 1,3 min.
nr. 184: 10 sek.
nr. 185: 10 sek.
nr. 190: 6 sek.
nr. 191: 5 sek.
nr. 192: 30 sek.
nr. 291: 2 sek.
nr. 292: 11 sek.
nr. 303: 11 sek.
nr. 311: 19 sek.
nr. 313: 22 sek.
nr. 317: 7 sek.
nr. 318: 2 sek.
nr. 319: 13 sek.
nr. 321: 11 sek.
nr. 325: 2 sek.
nr. 336: 1 sek.
nr. 338: 2 sek.

nr. 116: 1,24 min.
nr. 132: 52 sek.
nr. 133: 32 sek.
nr. 134: 1,1 min.

**“Interview med de, der har doneret
penge”: (Symbol L).**

nr. 69: 1,32 min.
nr. 115: 1,27 min.

“Indsamlinger ude af huset”: (Symbol M).

nr. 80: 1,24 min
nr. 143: 26 sek.
nr. 144: 26 sek.

**“Faglig information/oplysning”: (Symbol
N).**

nr. 121: 58 sek.

nr. 340: 1 sek.
nr. 341: 4 sek.
nr. 342: 2 sek.
nr. 343: 2 sek.
nr. 344: 2 sek.
nr. 345: 3 sek.
nr. 346: 2 sek.
nr. 347: 1 sek.
nr. 348: 1 sek.
nr. 349: 2 sek.
nr. 350: 5 sek.
nr. 354: 14 sek.
nr. 355: 16 sek.
nr. 356: 14 sek.
nr. 357: 6 sek.
nr. 358: 32 sek.
nr. 359: 19 sek.
nr. 363: 12 sek.
nr. 372: 6 sek.
nr. 373: 41 sek.
nr. 374: 1,15 min.
nr. 375: 12 sek.
nr. 384: 1,5 min

nr. 393: 2 sek.
nr. 416: 31 sek.
nr. 418: 21 sek.
nr. 432: 2 sek.
nr. 434: 1,42 min.
nr. 435: 34 sek.
nr. 438: 25 sek.
nr. 440: 29 sek.
nr. 441: 1 sek.
nr. 442: 25 sek.
nr. 443: 33 sek.
nr. 444: 10 sek.
nr. 445: 56 sek.
nr. 446: 43 sek.

“Showet ude af huset”: (Symbol B)

nr. 268: 6 sek.
nr. 269: 3 sek.
nr. 276: 1,37 min.
nr. 277: 58 sek.
nr. 278: 1 sek.
nr. 279: 4 sek.
nr. 280: 5 sek.
nr. 281: 16 sek.
nr. 282: 8 sek.
nr. 283: 2 sek.
nr. 284: 13 sek.
nr. 285: 16 sek.
nr. 286: 4 sek.
nr. 287: 1 sek.
nr. 288: 8 sek.
nr. 289: 8 sek.
nr. 299: 39 sek.
nr. 300: 38 sek.
nr. 360: 5 sek.
nr. 361: 18 sek.
nr. 362: 1,37 min.
nr. 380: 2 sek.
nr. 381: 16 sek.
nr. 382: 15 sek.
nr. 383: 49 sek.

**“Interview af patienter/pårørende”:
(Symbol C)**

nr. 327: 22 sek.
nr. 330: 45 sek.
nr. 333: 49 sek.

nr. 339: 3,37 min.
nr. 365: 38 sek.
nr. 366: 30 sek.
nr. 367: 47 sek.
nr. 368: 10 sek.
nr. 369: 46 sek.
nr. 370: 19 sek.
nr. 371: 44 sek.
nr. 387: 9 sek.
nr. 391: 18 sek.
nr. 403: 2,30 min.
nr. 405: 1,26 min.
nr. 437: 3,15 min.

“Interview eksperter”: (Symbol D)

nr. 426: 2,19 min.

“Konkurrence”: (Symbol E)

nr. 193: 8 sek.
nr. 194: 13 sek.
nr. 195: 33 sek.
nr. 196: 14 sek.
nr. 295: 1,43 min.
nr. 251: 12 sek.
nr. 353: 37 sek.
nr. 376: 32 sek.
nr. 397: 8 sek.
nr. 398: 36 sek.
nr. 416: 31 sek.
nr. 417: 6 sek.
nr. 439: 1,51 min.

“Underholdning”: (Symbol F)

nr. 243: 1,29 min.
nr. 244: 4 sek.
nr. 245: 3 sek.
nr. 246: 5 sek.
nr. 247: 1 sek.
nr. 248: 1 sek.
nr. 249: 1 sek.
nr. 250: 1 sek.
nr. 251: 1 sek.
nr. 252: 1 sek.
nr. 253: 1 sek.
nr. 254: 1 sek.
nr. 255: 4 sek.
nr. 256: 3 sek.
nr. 257: 36 sek.
nr. 258: 15 sek.

nr. 259: 1 sek.
 nr. 260: 2 sek.
 nr. 261: 2 sek.
 nr. 262: 6 sek.
 nr. 263: 6 sek.
 nr. 264: 1 sek.
 nr. 265: 8 sek.
 nr. 266: 5 sek.
 nr. 267: 8 sek.
 nr. 296: 13 sek.
 nr. 297: 14 sek.
 nr. 298: 3 sek.
 nr. 302: 10 sek.
 nr. 314: 2 sek.
 nr. 315: 3 sek.
 nr. 320: 2 sek.
 nr. 322: 1 sek.
 nr. 323: 8 sek.
 nr. 324: 8 sek.
 nr. 352: 52 sek.
 nr. 428: 2,1 min.
 nr. 427: 30 sek.
 nr. 429: 17 sek.
 nr. 430: 1,4. min
 nr. 431: 9 sek.

“Reklame for Knæk Cancer”: (Symbol G).

nr. 377: 15 sek.
 nr. 392: 3 sek.
 nr. 399: 12 sek.
 nr. 415: 3 sek.
 nr. 425: 8 sek.

“Introduktion til personer”: (Symbol H)

nr. 197: 29 sek.
 nr. 326: 34 sek.
 nr. 364: 26 sek.
 nr. 385: 8 sek.
 nr. 400: 29 sek.
 nr. 436: 17 sek.

“Stemmingsbilleder”: (Symbol I)

nr. 198: 8 sek.
 nr. 202: 2 sek.
 nr. 207: 7 sek.
 nr. 234: 8 sek.
 nr. 235: 4 sek.
 nr. 236: 4 sek.

nr. 237: 5 sek.
 nr. 238: 6 sek.
 nr. 239: 4 sek.
 nr. 240: 8 sek.
 nr. 241: 7 sek.
 nr. 242: 7 sek.
 nr. 406: 2 sek.
 nr. 407: 6 sek.
 nr. 408: 1 sek.
 nr. 409: 2 sek.
 nr. 410: 1 sek.
 nr. 411: 1 sek.
 nr. 412: 3 sek.
 nr. 413: 1 sek.
 nr. 414: 5 sek.

“Personlige fortællinger”: (J)

nr. 316: 7 sek.
 nr. 328: 7 sek.
 nr. 329: 9 sek.
 nr. 331: 27 sek.
 nr. 332: 25 sek.
 nr. 335: 22 sek.
 nr. 334: 34 sek.
 nr. 337: 25 sek.
 nr. 388: 24 sek.
 nr. 389: 10 sek.
 nr. 390: 18 sek.
 nr. 401: 34 sek.
 nr. 401: 34 sek.
 nr. 402: 10 sek.
 nr. 404: 42 sek.
 nr. 419: 25 sek.
 nr. 420: 18 sek.
 nr. 421: 7 sek.
 nr. 422: 7 sek.
 nr. 423: 5 sek.
 nr. 424: 3 sek.

“Interview af kendte”: (Symbol K)

nr. 180: 1,3. min
 nr. 186: 15 sek.
 nr. 187: 15 sek.
 nr. 188: 38 sek.
 nr. 189: 24 sek.
 nr. 199: 7 sek.
 nr. 200: 5 sek.
 nr. 201: 4 sek.

nr. 203: 8 sek.
nr. 204: 2 sek.
nr. 205: 6 sek.
nr. 208: 14 sek.
nr. 209: 5 sek.
nr. 210: 14 sek.
nr. 211: 3 sek.
nr. 212: 1 sek.
nr. 213: 3 sek.
nr. 214: 1 sek.
nr. 215: 12 sek.
nr. 216: 3 sek.
nr. 217: 2 sek.
nr. 218: 4 sek.
nr. 219: 6 sek.
nr. 220: 3 sek.
nr. 221: 3 sek.
nr. 222: 3 sek.
nr. 223: 3 sek.
nr. 224: 2 sek.
nr. 225: 2 sek.
nr. 226: 7 sek.
nr. 227: 2 sek.
nr. 228: 1 sek.
nr. 229: 1 sek.
nr. 230: 2 sek.
nr. 231: 4 sek.
nr. 232: 5 sek.
nr. 233: 8 sek.
nr. 270: 50 sek.
nr. 271: 5 sek.
nr. 272: 4 sek.
nr. 273: 3 sek.
nr. 274: 13 sek.
nr. 275: 15 sek.
nr. 292: 11 sek.
nr. 293: 20 sek.
nr. 294: 30 sek.
nr. 304: 21 sek.
nr. 306: 35 sek.
nr. 308: 8 sek.
nr. 309: 3 sek.
nr. 310: 7 sek.
nr. 378: 16 sek.
nr. 386: 2 sek.
nr. 395: 21 sek.
nr. 396: 1,27 min.

“Interview med de, der har doneret penge”: (Symbol L).

nr. 312: 79 sek.
nr. 379: 1,49 min

“Indsamlinger ude af huset”: (Symbol M).

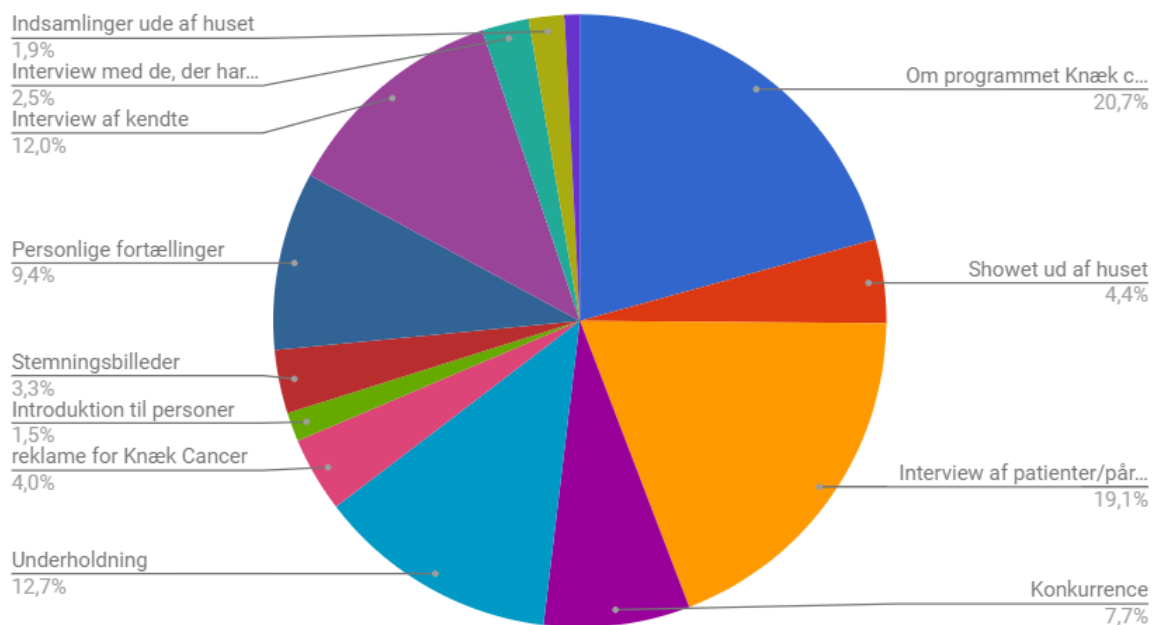
nr. 301: 38 sek.

“Faglig information/oplysning”: (Symbol N).

Sammenregning af tematikker i Knæk Cancer-showets første del:

Symbol	Titel	Tid i alt (sekunder)	procent
A	Om programmet Knæk cancer	1498	20,71
B	Showet ud af huset	319	4,41
C	Interview af patienter/pårørende	1379	19,07
D	Interview eksperter	0	0
E	Konkurrence	557	7,7
F	Underholdning	921	12,74
G	reklame for Knæk Cancer	287	3,97
H	Introduktion til personer	111	1,53
I	Stemningsbilleder	242	3,34
C	Personlige fortællinger	680	9,40
K	Interview af kendte	865	11,96
L	Interview med de, der har doneret penge	179	2,48
M	Indsamlinger ude af huset	136	1,88
N	Faglig information/oplysning	58	0,80
I alt		7232	100

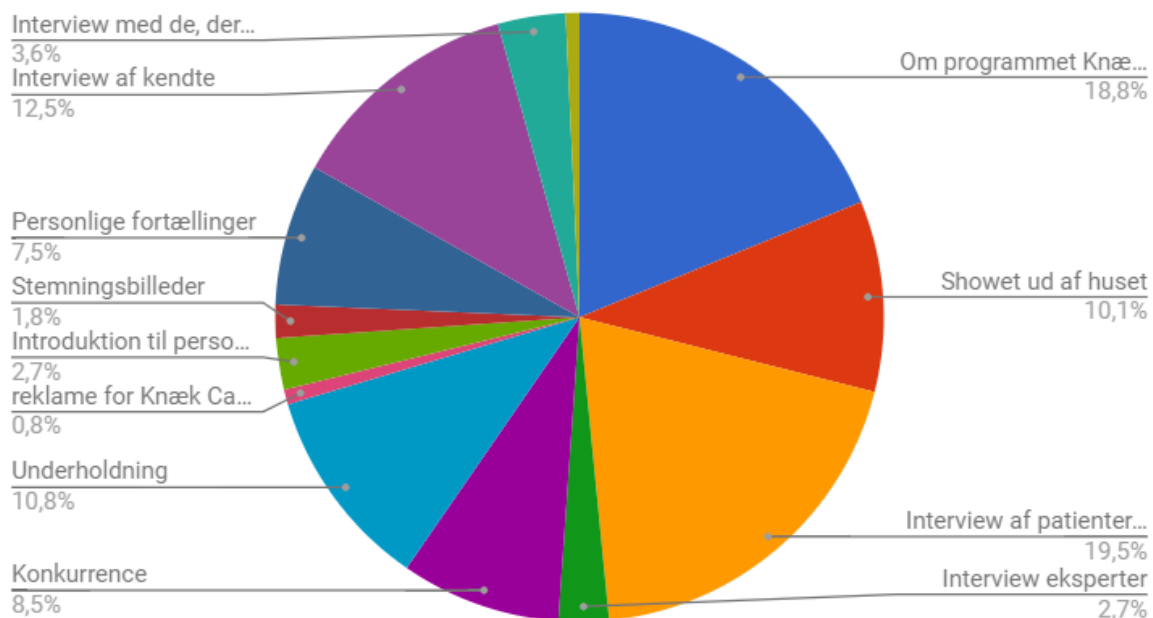
Første del af showet



Sammenregning af tematikker i Knæk Cancer-showets anden del:

Symbol	Titel	Tid i alt (sekunder)	procent
A	Om programmet Knæk cancer	983	18,82
B	Showet ud af huset	529	10,13
C	Interview af patienter/pårørende	1019	19,51
D	Interview eksperter	139	2,66
E	Konkurrence	444	8,5
F	Underholdning	563	10,78
G	reklame for Knæk Cancer	41	0,78
H	Introduktion til personer	143	2,74
I	Stemningsbilleder	92	1,76
C	Personlige fortællinger	393	7,52
K	Interview af kendte	652	12,48
L	Interview med de, der har doneret penge	188	3,6
M	Indsamlinger ude af huset	38	0,73
N	Faglig information/oplysning	0	0
I alt		5224	100

Anden del af showet



Sammenregning af tematikker i det samlede Knæk Cancer-show:

Symbol	Titel	Tid i alt (sekunder)	procent
A	Om programmet Knæk cancer	2481	19,92
B	Showet ud af huset	848	6,81
C	Interview af patienter/pårørende	2398	19,25
D	Interview eksperter	139	1,12
E	Konkurrence	1001	8,04
F	Underholdning	1484	11,92
G	reklame for Knæk Cancer	328	2,63
H	Introduktion til personer	254	2,04
I	Stemningsbilleder	334	2,68
C	Personlige fortællinger	1073	8,61
K	Interview af kendte	1517	12,18
L	Interview med de, der har doneret penge	367	2,95
M	Indsamlinger ude af huset	174	1,4
N	Faglig information/oplysning	58	0,47
I alt		12456	100

Samlet tidsfordeling af tematikker i showet

