

Hver uge sender danske TV-kanaler omkring 52 timers TV med udgangspunkt i mad. Når netop mad er noget, der kan samle danskerne om fjernsynet, kan man måske se det som udtryk for, at vi her har en kulturel fællesnævner - noget, vi alle kan og skal forholde os til. Men hvad er det, vi forholder os til, når vi ser udsendelser om mad i fjernsynet? Hvad er det for nogle fortællinger, disse udsendelser tilbyder os? Spørgsmålet er, om de fortællinger, der tilbydes i de mange madprogrammer, kan bruges til at give et signalement af mediernes rolle i forhold til seerne. Det kan i den forbindelse være nyttigt at skelne imellem forskellige typer af madprogrammer, der har forskellige mål.

Den første type af udsendelser tager udgangspunkt i håndværket. Når fokus placeres her, spilles der på seernes fascination af at se mestrene i aktion. Mad er nemlig i udgangspunktet noget, vi alle har erfaring med, men vi er samtidig smerteligt klar over, at der er dybder af gastronomisk mestring, som vi ikke selv når, når vi klemmer en kødsovs ind i dagens øvrige rutiner, fordi der ikke er tid og overskud til andet. Som seere kan vi med andre ord opnå en pseudotilfredsstillelse af vores hengemte ambitioner ved at se dem blive ført ud i livet af andre. Hvis disse andre så oven i købet, som det eksempelvis finder sted i et program som *Hells Kitchen*, agerer inden for en ramme, hvor de konkurrerer om at være den bedste og bliver svinet groft til, når de - som vi - ikke slår til, kan vi som seere få en slags aflad for vores daglige synder for åben skærm. De kommende mestre bliver derved både narresutter, vi kan nasse følelsesmæssigt på, når vi ikke selv slår til, og syndebugke for vores egen middelmådighed.

Vores egen middelmådighed sættes også i perspektiv i **den anden type af udsendelser, der bruger mad som undskyldning for at vise kendisser i hyggelige, semiprivate omgivelser.** Når vi som seere sammen med de deltagende inviteres *Til middag hos...*, får vi nemlig tilsyneladende et kig ind bag facaden hos de kendte. Bag facaden møder vi kendte, der gør alt, hvad der står i deres magt for netop at opretholde facaden, idet de kæmper med at få maden og værtsskabet til at gå op i en højere enhed. Ved at udstille sig i situationer, hvor en temmelig stor del af de deltagende ikke slår til, fordi de ret beset aldrig tager sig tid til at lave mad til daglig, bliver de kendte direkte spejlinger af den mangel på overskud, der præger en stor del af seerne. Vi kan som seere i bedste Holbergske stil more os over det spejl, fjernsynet holder op foran os, samtidig med, at den endeløse begejstring for nærhedsrelationer med og sladder om de kendte kan blive stillet.

En del kokke har imidlertid også via medierne opnået så stor stjernestatus, at deres holdninger bliver interessante for almindelige mennesker. Det er denne type stjernekokke, der står bag **den tredje type udsendelser, der er noget så gammeldags som TV, der vil løfte en pegefinger og opdrage seerne.** Vi skal spise varieret, fedtfattigt og grønt, så vi sammen kan stå imod den overvældende trussel fra den fedmeepidemi, der med lynskridt breder sig fra USA til resten af verden. Og nok er Danmark som resten af verden ved at være godt med, når det gælder nemme, kalorietunge madløsninger i det daglige, men vi kan stadig se værre eksempler end os selv udspille sig for vore øjne, når Jamie Oliver tager sin *Food Revolution*

til USA. Her møder han - og vi - en fuldstændig mangel på forståelse for håndværket bag rigtig mad og en grotesk modvilje mod ændringer. Også dette kan imidlertid ses som et forstørret billede af den kamp, seerne formodes selv at kæmpe imod egne indgroede vaner. Når stjernekokken, Jamie Oliver, peger fingre ad eksempelvis det amerikanske skolesystems madordninger, fungerer han samtidig som retleder for de mange, der i det daglige kunne føle trang til at træde ved siden af ved eksempelvis at give barnet pizza med i madpakken.

De mange madprogrammer, der fylder sendefloden, giver et klart signalement af mediernes rolle og seernes præferencer. TV fungerer her på samme måde, som det gør i andre sammenhænge: som substitut for det engagement i virkeligheden, der ikke er plads til hos den enkelte, et blik ind i en bedre verden og endelig som syndeboek, der tager skideballen på vores vegne over, at vi ikke slår til. Det er derfor ikke underligt, at der sendes mange timers madprogrammer om ugen.