

## PODPRAT

*I Sverige har en håndfull mediemenn funnet en perfekt kanal for gravalvor og gapskratt.*

ILLUSTRASJON INGRID ROGNSTAD



**EN OG EN HALV** times intervju med en halvkjent mediepersonlighet, uten pauser, musikk eller reklame. Det høres kanskje ut som noe fra et støvete P2-arkiv, men i realiteten er den svenske podcasten «Värvet» ett av de friskeste og mest omtalte programmene i Sverige i år. Sammen med et par andre podcaster har «Värvet» greid å revitalisere det dyptpløyende samtaleformatet, i sterk kontrast til den økende hurtigheten i andre medier.

Å diskutere høyt og lavt på radio er ingenting nytt. Samtale og diskusjon har vært radioens ryggmarg siden 1930-tallet, men de siste årene har det skjedd noe nytt. Det nye ligger både i hvordan vi lytter, hva vi lytter med og hva vi lytter til.

**GAMMEL NYTT.** En podcast er en lydfil bestående av samtaler, intervjuer eller foredrag. Formatet kom i 2004, og gjorde det mulig å lage nettradio til avspilling på bærbare enheter. Bruken vokste raskt. Alle snakket om podcasten som det nye store. Men i 2006 ble Facebook lansert, Twitter kom på banen og med ett var det sosiale medier alt handlet om. Hypen rundt podcaster avtok, og mediet ble i hovedsak brukt som et redskap for å gi lytterne lettere tilgang til kjente radioprogrammer som «This American Life» og «Radiolab» i USA eller «Radiorepsjonen» og «Misjonen» i Norge.

Men utenfor statskanalenes lydrette studier begynte folk å lage egne programmer. For første gang var en god mikrofon og en datamaskin alt du trengte for å kaste deg på DIY-bølgen og produsere egne programmer uten en kanal i ryggen. Det fantes lite penger, men podcaster var fristilte fra radioens ferdigdefinert sendeflater. Slik kunne hver enkelt dyrke sin særegenhet og sitt konsept.

Mange nådde bare et par lyttere, men enkelte slo gjennom og ble toneangivende. Få steder ble dette mer tydelig enn i Sverige der en liten gruppe mediefolk plutselig gjorde podcaster hipt. Først ute var Filip Hammar og Fredrik Wikingsson.

**PODDARNE.** Filip och Fredriks podcast ble startet i 2010 av en humorduo som inntil da var mest kjent fra en rekke konseptuelle programmer for tv. Nokså raskt fant de frem til den formen de benytter i dag: Tre kvarters humoristisk diskusjon om populærkulturelle fenomener, kjendiser og tendenser.

Praten går raskt, referansene kommer tett, analysene er ofte treffende og humoristiske.

*Det er interessant at dette eldgamle intervjuformatet fortsatt fungerer i 2012. Grunnen finner man kanskje i måten man lytter på.*

**MIKKEL BUGGE**



er forfatter og dramatiker. Han har også jobbet som journalist.

De er snertne, skarpe og kritiske til deler av navngitte medlemmer av den etablerte kulturrelitén. De har også en ublu forkjærlighet for Amerika. Og ofte kombineres dette, som når de diskuterer slå inn åpne dører-journalistikk der en dreven svensk utenriksreporter reiser rundt i USA for å dekke presidentvalget og bare skriver de samme sakene som har vært skrevet fra valgkamper de siste 30 årene. Andre ganger tar de opp fenomener som betydningen av å ha en stor kuk-aura eller konsekvensen av å vokse opp med en far som er mytoman. Podcasten er fortsatt Sveriges største, og anses av mange som det beste stedet for å få oppsummert ukens hendelser på en treffende og overraskende måte.

**UTEN AVBRUDD.** I en artikkel i svenske Dagens Nyheter i sommer lanserte psykolog Oskar Henrikson en teori. Han mente strømmen av twittermeldinger, Instagram-

bilder og facebookoppdateringer har gjort oss modne for det som tar mer tid.

– Vi har nå lært oss belønningsmekanismene hos Twitter og Facebook, og er derfor ikke lenger slaver under dem, sa han og argumenterte for fremveksten av den langt langsommere podcasten.

Og ingen er langsommere en Kristoffer Triumf. Hans «Värvet» har hentet formatet fra den amerikanske komikeren Marc Marons podcast «WTF». Triumf bruker god tid på å finne ut hvem personen på den andre siden av bordet er. Intervjuet følger en form der han begynner i nåtid, så går tilbake og nøster kronologisk i barndom og ungdomsår før han jobber seg frem mot nåtiden igjen. Ved å vie så mye tid på samtalen, åpner han opp for en ro og et alvor som både smitter over både på intervjuobjektet og tilhører. Resultatet er at Triumf kommer betraktelig nærmere personen enn en journalist gjør i en vanlig radiosamtale.

Det er interessant at dette eldgamle intervjuformatet fortsatt fungerer i 2012. Grunnen finner man kanskje i måten man lytter på.

**NÆRLYTTING.** Vanlig radio blir brukt som bakgrunnslyd mens man lager mat, vasker eller spiser middag. Podcasten må man selv oppsøke, laste ned, legge over i telefonen, og lyttingen skjer først og fremst gjennom øretelefoner. Stemmene er tett på og skaper en intimitet som gjør lytteren mer aktiv. Dermed har man lavere terskel for den bullshitifisering som preger det meste av radiobølgene.

En klassisk medieanalyse vil hevde at lytterne trenger stadig flere pauser og avbrekk fordi et moderne menneske ikke har tålmodighet med de lange, uavbrutte stikkene. Men podcastene hviler på en motsatt logikk. For en moderne podcastlytter er det vanskelig å ha tålmodighet med de evinnelige pausene, vignettene, innledning og påminnelse om kanal og konsept eller tilfeldig musikk i vanlige radioprogram.

**SKJERMETID.** De to som kanskje i størst grad har greid å rendyrke et eget konsept er Alex Schulman og Sigge Eklund. Nylig vant de Svenske Podradiopriset for sin «Alex och Sigges podcast».

Og hva snakker de om?

Tja.

Er det slik at vi i løpet av de siste tiårene har opplevd så mange mindfucks i film, kunst og tv-serier at vi ikke lenger lar oss mindfucke? Hvordan caster vi våre venner og bekjente i sosiale medier? Og hvordan oppleves det å havne nederst i haugen av barn i barnehagen? Disse og lignende spørsmål er utgangspunktet for diskusjonene. Med en blanding av sårbarhet og humoristisk analyse oppviser de en bredde i uttrykksform som er et direkte resultat av den friheten podcastformatet gir dem.

I en episode diskuterte de også podcastenes store gjennombrudd, og Sigge Eklund lanserte følgende teori: I dag sitter store deler av befolkningen foran skjermene hele dagen. Man leser på skjerm. Man surfer på skjerm. Og man ser på tv. Dette er slitsomt for øynene og når man kommer hjem fra en lang dag på jobben, er det ikke sikkert man orker å bruke øynene enda mer. Derfor er det naturlig at podcasten blir stedet å gå for å finne historier. **D2**