



Hvordan kan nogen tage dem alvorligt?!

Aktivistgruppen The Yes Men er kendt for at holde ironiske taler på deres modstanderes vegne. Gruppens spektakulære form for ironi er morsom, men også et tveægget sværd. Den er på den ene side forudsætningen for at The Yes Men får taletid i en overkommunikeret offentlig sfære, men gør på den anden side virkningen af deres retoriske anstrengelser uvis.

Af Rasmus Rønlev Studerer retorik på Københavns Universitet.

”Man kunne kalde det *medlidenhedsslaveri*”, bemærkede Hanniford Schmidt fra WTO da han den 11. november 2006 talte på en konference om handel i Afrika på University of Pennsylvanias anerkendte Wharton Business School. Schmidt var i gang med at præsentere den ide at kontinentets fattigdom kunne afhjælpes ved at lade vestlige virksomheder i Afrika eje deres ansatte. Tilhørernes reaktion var positiv, og efter at have svaret på et enkelt opklarende spørgsmål fik WTO-repræsentanten ros for sit makroskopiske perspektiv på sagen.

Takket være de kloge hoveders tilsyneladende ja til slaveriets genindførelse fik The Yes Men i løbet af kort tid sat deres kritik af frihandel, globalisering og WTO på dagsordenen.

Men taleren var ikke fra WTO, og hans navn er ikke ’Hanniford Schmidt’. Han hedder Jacques Servin og er bedst kendt som ’Andy Bichlbaum’ fra aktivistgruppen the Yes Men. Gruppen er kendt for at give sig ud for at være repræsentanter for bl.a. WTO og holde ironiske taler på organisationens vegne. Efter ’Hanniford Schmidts’ optræden offentliggjorde The Yes Men en pressemeddelelse om hændelsen som hurtigt blev videreføret på nettet af relativt kendte nyhedstjenester som Wikinews og Digg. Takket være de kloge hoveders tilsyneladende ja til slaveriets genindførelse fik The Yes Men i løbet af kort tid sat deres kritik af frihandel, globalisering og WTO på dagsordenen.

The Yes Men på talerstolen

The Yes Men har før taget ordet på WTO’s vegne. RetorikMagasinet bringer i dette nummer et uddrag af talen ”Mod tekstilhandelns globalisering” som gruppen holdt på en konference den 16. august 2001 i Tampere, Finland, og som er et af de tidligste eksempler på gruppens særlige form for retorisk aktivisme. Dengang var det også Andy Bichlbaum der førte ordet – under navnet ’Dr. Hank Hardy Unruh’ – mens

Mike Bonanno assisterede. Som flere før og efter dem havde de finske arrangører forvekslet The Yes Men’s satiriske udgave af WTO’s hjemmeside med den ægte vare, og de havde derfor fat i den gale e-mailadresse da de indbød organisationen til at tale. Da mailen i stedet dukkede op i The Yes Men’s indbakke, takkede gruppen pænt ja og rejste et par måneder senere til Finland for at tale på WTO’s vegne foran 150 mennesker.

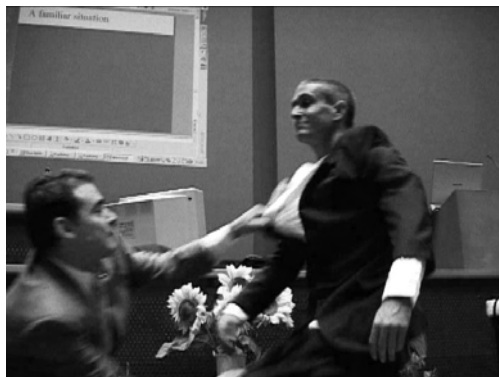
Talen er et godt eksempel på The Yes Men’s usædvanlige og komplekse måde at skabe kritisk opmærksomhed om en sag på og mobilisere ligesindede. Samtidig illustrerer talen og de hændelser der knytter sig til den, hvordan The Yes Men’s spektakulære form for ironi er et tveægget sværd. På den ene side er ironien forudsætningen for at gruppen får taletid i et overkommunikeret samfund; på den anden side gør ironiens særlige form at virkningen af The Yes Men’s kritik er uvis.

Retorisk voyeurisme

Når man sætter dvd’en *The Yes Men* på eller sidder med gruppens kulørte bog i hænderne, bliver man ikke bare præsenteret for the Yes Men’s tale – man bliver præsenteret for nogle der bliver præsenteret for talen. Hele tiden er der to publikummer på spil: Det umiddelbare publikum der var fysisk til stede da gruppen holdt talen, og seerne og læserne der er med på en kigger og ser det umiddelbare publikum se The Yes Men.

Som indviet voyeur ved man at talen skal og kan tolkes ironisk. Men man ved også at det umiddelbare publikum er indviet i en mere sparsom kontekst.

Som seer og læser er man klar over at man ved noget som det umiddelbare publikum ikke ved. Dvd-boksens og bogens tegneserieæstetik; de afslørende foramtaler; slagord som ”Changing the world one prank at a time” og ”Cutting the corporate crap”; de første par scener og sider hvor the Yes Men ekspliciterer deres virkelige standpunkt og retoriske strategi. Alt sammen gør at man med det samme ved at The Yes Men er imod favorisering af vestlige virksomheder, global frihandel og WTO,



og at de bruger ironi, satire og rollespil i deres kamp mod samme. Som indviet voyeur ved man at talen skal og kan tolkes ironisk. Men man ved også at det umiddelbare publikum er indviet i en mere sparsom kontekst. De hører talen i en faglig og professionel sammenhæng hvor taleren bliver introduceret som WTO-repræsentant af en (be)kendt fagperson. Ingen og intet uden for talen advarer det umiddelbare publikum om at den kunne være ironisk.

Verbale vink med en vognstang

Som seer og læser ved man altså at The Yes Men er ironiske før man hører ét ord af deres tale – og samtidig ved man at dét gør det umiddelbare publikum ikke. Men ironien i The Yes Men's tale beror ikke kun på konteksten; talen i sig selv er fuld af såkaldte *ironiske markører*.

Én af de markører som er med til at skabe og signalere ironien i The Yes Men's tale, er påfaldende *registerskift*. Et eksempel finder man i talens indledning hvor Andy Bichlbaum i skikkelse af 'Dr. Unruh' spørger retorisk og svarer ironisk: "Hvad vil vi have? En fri og åben global økonomi der på bedste vis vil tjene såvel virksomhedsjere som aktionærer. Hvornår vil vi have det? Nu." Denne punchline fremstår med sin velkendte konstruktion – to spørgsmål/to svar, hvad/hvornår, call/response – som en protestretorisk kliché og synes mildt sagt mærkværdig i en WTO-repræsentants 'keynote address'. I talen og især i situationen udgør passagen et skift i stilistik og sociolekt og er et af mange verbale vink med en vognstang om ironiens eksistens.

En anden type ironisk markør i The Yes Men's tale er *bogstaveliggørelse*. Mod talens slutning identificerer 'Dr. Unruh' en af de største udfordringer for vestlige ledere i dag: at bevare en konstant, direkte, ja, *kropslig* kontakt med ansatte i lande langt væk (læs: underbetalte indere). Løsningen, Lederens Fritidsdragt, bogstaveliggør problemstillingen idet brugen af dragten indebærer at elektroder i virksomhedslederen kommunikerer med datachip i samtlige ansattes skuldre. Tilsvarende er der tale om bogstaveliggjort organisationsteori når 'Dr. Unruh' senere fortæller at dragten virkelig tillader "virksomheden at være et *korpus* ved at muliggøre total kommunikation inden for virksomheden som organ". Ved at tilsidesætte de sædvanlige betydninger af 'kontakt' og 'korpus' i lignende sammenhænge og erstatte dem med helt bogstavelige betydninger giver The Yes Men igen deres tilhørere et vink om ironiens tilstedeværelse.

Burde de ikke smide med tomater og æg?

Efterhånden som de ironiske markører hober sig op, fremstår ironien i The Yes Men's tale mindre og mindre subtil og mindre og mindre forbeholdt de indviede. Selv om der er forskel på den kontekst som det umiddelbare publikum er indviet i, og den man som seer eller læser har indblik i, gør de mange markører at ironien synes tilgængelig for alle.

Selv er The Yes Men ikke i tvivl: "Vi håber at de reaktioner vores foredrag fik, viser præcis hvor falske påstandene om ekspertise i virkeligheden er, og hvor vigtigt det er at du tager ansvar for din verden."

Derfor gør det indtryk at det umiddelbare publikum tilsyneladende tager det sagte for pålydende og blot smiler, klapper og stiller interesserede spørgsmål. Og The Yes Men hjælper ens forundring på vej ved at fremhæve denne uoverensstemmelse mellem den forventede og den faktiske reaktion. Forud for deres optræden i Finland omtaler de talen som "så komplet, ubestrideligt uacceptabel at ingen bare kunne lappe den i sig uden at tænke"; og bagefter undrer de sig højlydt over den reaktion de får: "Hvor var politiet? Mændene i hvide kitler med spændetrøjer? Tomaterne og æggene? (...) Vi havde ventet en ekstremt dramatisk reaktion, og så endte det ikke i andet end smil og bifald." Ved at kontrastere ironiens tilsyneladende selvindlysende karakter med det umiddelbare publikums manglende anerkendelse af den bekræfter og understreger The Yes Men at det umiddelbare publikums reaktion er uforståelig og forkert. De *burde* kunne gennemskue ironien.

Ironien som tveægget sværd

Den foregående sætnings 'burde' peger i retning af at The Yes Men's ironi indebærer en kritik af det umiddelbare publikum. De er *så* autoritetstro og sikre på at det sagte skal tages for pålydende at de ikke gennemskuer ironien – og dét er kritisabelt. Ikke alene burde de gennemskue ironien; de burde også vide bedre end at acceptere det sagte. Samtidig ligger der i The Yes Men's ironi en kritik af WTO. Når gruppen giver sig ud for at repræsentere organisationen, er der tale om et



Foto: The Yes Men

ironisk skuespil hvor The Yes Men fører WTO's synspunkter ud i det absurde for at kontrastere dem med deres egne.

Spørgsmålet er så hvordan denne dobbelte kritik og især kritikken af det umiddelbare publikum virker på The Yes Men's seere og læsere. Selv er The Yes Men ikke i tvivl: "Vi håber at de reaktioner vores foredrag fik, viser præcis hvor falske påstandene om ekspertise i virkeligheden er, og hvor vigtigt det er at du tager ansvar for din verden." At man som seer og læser kan gennemskue og forstå hvad "eksperterne" ikke kan, kvalificerer og forpligter én til at handle. Og måske har The Yes Men ret i at det vil virke sådan på nogle. Men da disse 'eksperter' ikke desto mindre er samfundets eksperter, synes det lige så vel at kunne bekræfte kynikere i at denne elite enten ikke hører efter, har nogle frastødende synspunkter eller bare er dumme. Så er virkningen ikke mobilisering, men tværtimod håbløshed.

Udstillingen af det umiddelbare publikum er dog forudsætningen for at The Yes Men får deres seere og læsere i tale, ganske enkelt fordi

det i høj grad er den der gør det sjovt at se gruppens dvd og læse deres bog. Komikken beror ikke bare på at The Yes Men selv opfører sig stærkt afvigende, men også at det umiddelbare publikums opførsel er overraskende og i strid med det forventede. Samtidig morer man sig fordi man føler sig overlegen – mens det umiddelbare publikum tager fejl af The Yes Men, har man selv den rette forståelse af gruppen og dens ironi.

"Hvordan kan nogen tage dem alvorligt?!", spørger man sig selv når man ser The Yes Men's tale. Og spørgsmålet illustrerer at gruppens ironi er et tveægget sværd: Forundringen over at det umiddelbare publikum tilsyneladende tager The Yes Men alvorligt, fanger på den ene side ens opmærksomhed. På den anden side deler WTO af samme grund ens kritiske bevågenhed med de umiddelbare tilhørere, og om det undergraver eller understøtter The Yes Men's kritiske retorik at se det umiddelbare publikum gå i gruppens ironiske fælde trods alle advarsler, beror på øjnene der ser. ▽

Læs mere

The Yes Men er nok bedst kendt fra filmen *The Yes Men* fra 2005. Den er udkommet på dvd, men kan pt. også ses på Google Video (<http://video.google.com/videoplay?docid=-338819014348247258>).

Bogen *The Yes Men. The True Story of the End of the World Trade Organization* skildrer det samme hændelsesforløb som filmen, om end i flere detaljer. Den er skrevet af Andy Bichlbaum, Mike Bonanno og Bob Spunkmeyer og udkom på forlaget The Disinformation Company Ltd., New York, i 2004.

På The Yes Men's hjemmeside, www.theyesmen.org, er der korte beskrivelser af alle gruppens retoriske interventioner – eller korrektioner som de selv kalder dem – samt svar på en lang række ofte stillede spørgsmål.

The Yes Men har fået adskillige invitationer til at tale på vegne af WTO af konferencearrangører og andre der har forvekslet gruppens satiriske udgave af WTO's hjemmeside med den ægte vare. Prøv selv at vurdere hvilken der er hvilken af disse to hjemmesider: www.gatt.org og www.wto.org

Mod tekstilhandlens globalisering

Uddrag af The Yes Men's tale til tekstilindustrien i Tampere, Finland den 16. august 2001. Talen kan ses på http://youtube.com/watch?v=Eo-1W_8otS4. Oversat fra engelsk af Rasmus Rønlev og Marianne Færch.

Det er en ære at være her i Tampere og tale til de mest fremtrædende tekstilinteresserede mennesker i verden i dag. Når jeg ser rundt på dette mangfoldige hav af ansigter, ser jeg fremtrædende repræsentanter for virksomheder som Dow, Denkendorf, Lenzing, alle i forreste linje når det gælder forbrugertilfredshed inden for tekstiler. Jeg ser medlemmer af Europa-Kommissionen, Euratex og andre vigtige politiske institutioner der har som mål at lempe reglerne for borgere ansat i virksomheder. Jeg ser også professorer fra fornemme universiteter der går en lykkelig fremtid i møde hånd i hånd med samarbejdspartnere fra industrien, fælles om at bruge borgeres penge til at udvikle fremragende tekstilløsninger der kan sælges til forbrugere for fortjenesten og fremskridtets skyld.

Jeg ser i alle jeres ansigter en rørende, barnlig ivrighed efter at takle de største tekstilspørgsmål i dag. Samtidig ser jeg en dyb forståelse for at nogle af disse løsninger måske ikke er lette, men at vi, ske hvad der vil, må mase på mod en fremtid få af os forstår, undtagen når det gælder dens resultater i kroner og øre.

Hvordan passer vi i WTO ind? Se, det er let: Vi ønsker at hjælpe jer med at opnå resultater i kroner og øre. Når der dukker forhindringer op på vejen mod økonomiske resultater – protektionisme, bekymring, selv vold mod fysisk ejendom – ønsker vi at hjælpe med at sikre at ingen af disse står i vejen for jeres resultater i kroner og øre.

Hvad vil vi have? En fri og åben global økonomi der på bedste vis vil tjene såvel virksomhedsejere som aktionærer. Hvor når vil vi have det? Nu.

Selvfølgelig bringer markedet, præcis som naturen, selv orden i tingene. Det er, som Darwin sagde: Hvis du betragter naturen, er én ting klar, og det er at *tingene går godt*. Og hvis du lader naturlige love gælde for menneskers samfund, vil tingene også gå godt.

Men som os alle – selv vilde dyr – kan markedet have brug for lidt hjælp. Og i WTO er vi opsatte på at sørge for den hjælp, at hjælpe markedet med at hjælpe dem der har mest brug for det: Virksomhederne.

(...)

Om bare tyve minutter vil jeg afsløre WTO's egen løsning på to af de største problemer for ledere: at opretholde et nært forhold til en arbejdsstyrke langt væk og at bevare sunde mængder af fritid. Denne løsning er, passende nok, baseret på tekstiler.

(...)

Vi må sikre os at ledere er *konstant* i kontakt med arbejdere. Og ikke bare intellektuelt, men ved hjælp af alle de værktøjer vi råder over – især sanserne. Lederen må have direkte, legemlig adgang til sine arbejdere og må opleve deres behov på en kropslig måde.

Jeg skal nu lige til at vise jer en aktuel prototype af WTO's løsning på to store problemer for ledere i dag. For vi ved alle at selv ikke den bedste indretning af arbejdspladsen kan hjælpe selv den mest drevne leder med at holde styr på sine arbejdere. Man har brug for en løsning der gør det muligt at have et *meget* mere nært forhold til arbejdere – især når de befinder sig langt væk.



(Dr. Unruh træder ned fra talerstolen, så han er helt synlig for publikum.)

Mike, vil du være venlig?

(Mike følger efter Dr. Unruh. I én bevægelse griber han fat i Dr. Unruhs jakkesæt fortil ved brystet og i skridtet, hiver til i et ordentligt ryk der næsten vælter Dr. Unruh omkuld, og river hans jakkesæt direkte af. Dr. Unruhs heldragt i guldlamé afsløres. Efter igen at have fået balancen hæver Dr. Unruh armene mod publikum i en triumferende bevægelse. Bifald.)

Ah! Det var bedre! Dette er Lederens Fritidsdragt. Dette er WTO's løsning på de to centrale problemer for ledere i dag: hvordan man opretholder et nært forhold til arbejdere langt væk, og hvordan man bevarer sit eget mentale helbred som leder med den rette mængde fritid.

Hvordan virker Lederens Fritidsdragt så, bortset fra at den bestemt er behagelig, som jeg kan forsikre jer om at den er? Tillad mig at beskrive dragtens væsentligste egenskaber.

(Dr. Unruh bøjer sig ned, griber fat i en udløserline mellem sine ben og trækker hårdt til. Ingenting sker. Han prøver igen. Der sker stadig ingenting. Han trækker i en anden udløserline. Denne gang lyder der en voldsom hvislelyd, og en meterlang gylden fallos pustes op med stor kraft, slår ud og knalder Dr. Unruh i ansigtet. Dr. Unruh, der nu stritter med en meterlang gylden fallos, vender sig mod publikum og hæver igen sine arme i triumf. Endnu et bifald.)

Dette er Medarbejdervisualiseringsvedhængen – en hoftemonteret anordning med håndfri betjening der straks kan tages i brug, og som gør det muligt for lederen at se hans medarbejdere direkte såvel som at modtage alle relevante data om dem. Signaler der kommunikerer den eksakte mængde og kvalitet af fysisk arbejde, transmitteres til lederen *ikke* blot visuelt, men direkte via elektriske kanaler, der er implanteret direkte i lederen, foran og bagved. Arbejderne er for deres vedkommende udstyret med diskrete små chip der er implanteret på human vis i skulderen, og som transmitterer alle relevante data direkte ind i lederen.

Lederens Fritidsdragt tillader virkelig virksomheden at være et *korpus* ved at muliggøre total kommunikation inden for virksomheden som organ i en skala der aldrig før har været mulig. Dette er vigtigt, men den anden lige så vigtige ting som Lederens Fritidsdragt præsterer, har med fritid at gøre.

I USA har mængden af fritid – egentlig bare et andet ord for frihed – været støt faldende siden 1970'erne. Sammenlignet med 1973 må amerikanere nu arbejde seks uger mere om året for at opnå den samme levestandard. Lederens Fritidsdragt gør det muligt for lederen at vende denne udvikling ved at lade ham gøre sit arbejde hvor som helst – alle steder er lige gode.

(...)