

Thomas Borchmann & Bendt Torpegaard Pedersen:
“Intimideringskommunikation”.
Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. 2008.

I den amerikanske ishockey-liga NHL anvendes *intimidation* om den specielle spillestil, som går ud på at anvende vold (på grænsen til eller over det tilladte) mod udvalgte modstandere, hvis teknik ellers udgør en trussel mod ens hold. Målet er at skræmme de teknisk dygtige spillere, så de ikke tør gå ind i nærkampe med modstanderne; de skal psykologisk bringes ud af balance, så deres præstationer ikke længere er i top.

I almindelig dansk sprogbrug betyder *intimidering* “at skræmme, gøre bange, indgyde frygt”. Kombinerer man ordet med *kommunikation*, burde det altså handle om kommunikation, hvis mål er at skræmme modtagerne, gøre dem bange. Men i en nyligt udkommet bog med titlen *Intimideringskommunikation* giver forfatterne Thomas Borchmann & Bendt Torpegaard Pedersen følgende definition:

Intimideringskommunikation er kommunikation der sigter mod at frembringe tilslutning eller underkastelse ved stimulering af fornuftssuspenderende følelsesaktiveringer og sårbarhedsfrembringende og kollektiveroderende processer. (S. 5)

Citatet bygger på en række antagelser, som er dybt problematiske, og som jeg straks skal vende tilbage til. Men citatet demonstrerer også denne bogs kolossale formidlingsproblem: Den er skrevet på et så radbrækket dansk, at den hermetisk lukker sig om sig selv. Forfatterne er så forelskede i deres egen hjemmekonstruerede udgave af “akademisk dansk”, at de fuldstændig har ignoreret, at bogen skal læses af andre end dem selv. Substantivsyge, en håbløs syntaks og værst af alt: et hav af udefinerede begreber, blandet med formuleringer, som snarere hører hjemme i 1800-tallet end i 2000-tallet, gør læsningen til en prøvelse. Man kommer helt usøgt til at tænke på en anekdote (sand eller ikke, det spiller ingen rolle her) fra den mest marxistiske periode på Århus universitet: To nye studenter står i boghandlen og kigger på den nye bog fra en af “kritpoløkkens” danske hovedideologer. Den ene siger: “Ah, der er X’s nye bog. Den sku’ være utroligt god”, og den anden svarer: “Ja, jeg har bare hørt, at den sku’ være dårligt oversat fra tysk!” Havde man ikke set forfatternes danske navne og noteret fraværet af oversætternavn, kunne man få den mistanke, at også *Intimideringskommunikation* var (dårligt) oversat fra tysk. Her burde forlaget og/eller redaktøren have grebet ind med hård hånd.

Men tilbage til definitionen af begrebet intimideringskommunikation. At tale om “stimulering” af modtagerne er at gribe tilbage til et mekanistisk, behavioristisk syn på kommunikation, med modtageren som en passiv part, som blot reagerer på de stimuli, afsenderen sender af sted. Men samtidig taler man om at frembringe tilslutning, hvilket er retorikkens område. Problemet er, at disse to syn på kommunikation er uforenelige: for retorikken er modtageren ikke en Pavlovs hund, som

savler, når man ringer med en klokke. I stedet handler det om at udnytte den specifikke situations karakteristika for at få publikums tilslutning til et vist standpunkt. For at opnå tilslutning må man overbevise modtageren; kan man ikke det, er det eneste middel at få hende til at gøre, som man vil, at true eller skræmme. Men at tvinge folk til en vis handling er ikke det samme som at få deres tilslutning. Tilslutning og underkastelse er med andre ord to meget forskellige processer, som bygger på meget forskellige forudsætninger.

Formuleringen "fornuftssuspenderende følelsesaktiveringer og sårbarhedsfrembringende og kollektiveroderende processer" rejser også en del spørgsmål om forfatterens syn på kommunikationen. Den retoriske proces 'at søge tilslutning' kan udnytte tre appellformer, som bygger på modtagerens tillid og respekt for afsenderen (ethos), en fornuftbaseret bedømmelse af indholdet (logos) og på modtagerens følelser, fx i form af identifikation (pathos). Disse tre samvirker, det handler ikke om et enten-eller. Man kan ikke opnå tilslutning, hvis man ikke accepterer, at alle tre aspekter indgår i modtagerens bedømmelse af holdbarheden i afsenderens argumentation og dens relevans for en selv. At tale om "fornuftssuspenderende følelsesaktiveringer" giver, foruden den tidligere nævnte ubehagelige behavioristiske forestilling om at "trykke på knapper", også en forestilling om en ideal-situation, hvor modtageren helt og aldeles lader "fornuften" styre. Et rationelt menneske, som med andre ord ikke lader sig distrahere af noget så dumt som følelser.

Men dette er en falsk modsætning. Det er ikke "ufornuftigt" at lade fx en afsenders anseelse spille ind, når man skal vurdere, om man vil acceptere dennes argumentation. Tidligere erfaringer, følelse af samhørighed, delte grundvurderinger osv. – alt dette er helt legitime faktorer for bedømmelse af, om man skal tilslutte sig en afsenders påstande.

Når man taler om "kollektiveroderende processer", forudsætter man, at der findes en objektiv kollektivitet, og læser man videre i bogen, er det tydeligt, at vi her har med en af marxismens gamle klassikere at gøre: den objektive interesse, den klassebestemte interesse som marxismen (qua videnskab) har blotlagt, men som de vildledte masser ikke selv kan indse. Og det, som har vildledt arbejderklassen, så den ikke ser dette, er... ja, netop: retorik. Forfatterne sidder fast i den rationalistiske opfattelse, at retorik er en tilsløring af den "objektive virkelighed", og i den marxistiske opfattelse, at det kun er "magten" som anvender retorik. Ordvalget er signifikativt: Man taler om "fortryllesmiddel" (s. 27) og "tricks" (s. 37), uden den mindste refleksion over indholdet i disse begreber. Selvrefleksionen er minimal, her handler det om allerede etablerede sandheder.

Bogen bygger på en række cases, hvor tekster analyseres (af syv forskellige forfattere) i forhold til den givne kontekst, at der er tale om intimideringskommunikation. Det vil sige, at man forudsætter, at noget sådant findes, og så "beviser" det gennem analyser af tekster. Bortset fra, at man kan sætte spørgsmålstejn ved videnskabeligheden i en sådan fremgangsmåde, bygger analyserne på den antagelse, at der er tale om en ulighed i magt mellem afsender og modtager, og at dette er af afgørende betydning, at teksterne har intimidering som mål, og at teksterne *kun* har dette mål. Denne grove forenkling af faktisk kommunikation skyldes forfatterens behavioristiske grundsyn, at kommunikation er "stimulering". Det har, for nu at være venlig, ikke meget at gøre med moderne kommunikationsforskning.

Men hvis udvalget og beskrivelsen af cases og tekster er tendentiøst ved at ignorere muligheden for tilstedeværelsen af flere samtidige kommunikative mål, er analytikerens egen baggrund ikke mindre problematisk. I kapitlet om Post Danmark beskriver kapitelforfatteren udgangspunktet for sin analyse: teksterne "irriterede mit refleksionsapparat" (s. 36, med endnu en af disse selvfremskillede og krukkelede substantivsammensætninger), han arbejder videre på "en tidligere følt irritation" (s. 41) og bygger på en "indignation" (s. 44). Dette har ikke meget med tekstanalyse at gøre; det handler helt enkelt om at vise det, man allerede fra begyndelsen anser om teksterne og især om deres afsender. Sjovt nok er alle disse tre formuleringer udtryk for præcis de følelser, man tidligere har sat op som modsætninger til det rationelle. Så spørgsmålet er, om ikke forfatterne også er blevet ramt af "fornuftssuspenderende følelsesaktivering" og "sårbarhedsfrembringende processer". Som tekstanalyse er det tendentiøst, fordi man i forvejen har bestemt sig for, hvad teksterne er udtryk for, og hvordan man skal forholde sig til afsenderen (ond) og modtageren (god). Når man kombinerer dette med en "smart" ironisk afstandtagen til afsenderen (fx "det viste storsind", s. 43), bliver resultatet helt uacceptabelt, forudsigeligt og uinteressant.

Bogen er ét langt forsøg på at argumentere for forfatterens ideologiske synspunkt: at virksomheder er undertrykkende magtinstanser, som anvender retoriske midler for at true og skræmme medarbejderne til at gøre, som ledelsen vil. Som et stykke demagogisk argumentation er bogen interessant, men argumentationen bliver ikke stærkere af, at forfatterens forelskelse i deres egen kommunikation har fået bogen til at svulme op til over 300 sider. Derimod virker det næsten som en form for intimideringskommunikation mod potentielle læsere: De skal verbalt bankes så grundigt på plads, at de ikke vover at tage til genmæle.

For øvrigt har forlaget sjusket med noget så vigtigt som forfatterne: På forsiden står der Thomas Borchmann & Bendt Torpegaard Pedersen m.fl., på ryggen og titelbladet bare de to navne, men ser man på indholdsfortegnelsen, burde der have stået "Thomas Borchmann & Bendt Torpegaard Pedersen (red.)", eftersom bogen indeholder en række artikler af forskellige forfattere. Man kunne få den mistanke, at forvirringen helt enkelt skyldes, at bogen ikke har haft nogen redaktør ...

*Orla Vigsø, docent, fil.dr., mag.art. & cand.mag.
Örebro universitet, Akademin för humaniora, utbildning och samhällsvetenskap*