

den tekniske reproduktions tidsalder" (i *Kulturindustri* København 1973). Her sætter Benjamin kunstens status og udviklingen af teknologi i en tæt og nytænkt sammenhæng. Noget lignende gør Philip Hayward i sin antologi. I antologien er vægten dog lagt på ikke mindst de visuelle medier, der er kommet til, siden Benjamin formulerede sig. I mellemtiden har de vestlige samfund bevæget sig fra den første til den anden industrialisering, fra en materiel til en immateriel baseret teknologi.

Det interessante ved antologien er ikke spørgsmålet om kultur og teknologi. Det er ikke endnu en klagesang om informationssamfundet. Det forfriskende, nye og problematiske er koblingen med kreativitet og æstetik. I den forstand er bogen også i Benjamins ånd. Feltet er underligt nok ikke blevet taget særlig meget op.

Antologien er af den solide angelsaksiske reader type. Der bliver introduceret grundigt og gedigent til de forskellige nye teknikker: holografi, op(tical) art, computer-billeder, video, laser, digitisation, scratch, dolby stereo, THX, spectral indspildning m.v.

Fælles for disse nye teknikker er, at de forkaster den tidligere objekt-kunst og retter sig ind efter tilsyneladende immatrielle materialer som acryl, plastic, video og immateriel teknologi som synthesizer, elektronik, computer. Samtidig signalerer disse materialer og teknikker noget, der er dybt rodfæstet i den vestlige verden, nemlig fremskridt og forandring.

Det er karakteristisk, at i de fleste tilfælde har der fundet en voldsom udvikling sted med hensyn til at forbedre teknologi. Det kreative aspekt halter bagefter, og teknikkens former bliver i mange tilfælde blot til interessante gimmick i populærkulturen, som det f.eks. er sket med holografi. Den kreative formning og søgen bliver begrænset af de store økonomiske investeringer, der er knyttet til den ny teknologi.

Som det bliver påpeget i en af artiklerne: for at løse forureningen, må man konstruere et computersystem, der laver lige så megen og mere forurening end den, man skal fjerne. Det kan være vanskeligt at være kreativ med et sådant perspektiv for øje.

Alligevel bliver der sikkert påpeget nogle muligheder for at ekspandere det kreative felt: især i forhold til computerbilledet og en række andre nye former for visualisering (digitisation f.eks.) – og desuden i forhold til de nye lydteknikker i de visuelle medier.

Philip Brophy giver et interessant bud på lydens arkitektoniske funktion, dvs. dens evne til at skabe rum – og lede opmærksomhed og skabe psykisk diegese her. Stereo og dolby er blot en lille del af dette nye lydspekter, der får billederne til at blive mere levende og rummelige. Artiklen konkretiserer ved at knytte betragtningerne til en analyse af filmen *Colors* (inst. Dennis Hopper 1988) – et mindre heldigt valg, da den ikke blev en succes, og forfatteren derved nærmest slår sig selv over

munden mht. lydens store betydning og gennemslagskraft i den nye visuelle teknologi. Eksempler fra TV kunne have vist lignende hensigter – og det kunne i øvrigt også en række andre film. I intentioner ligger artiklen op ad Rick Altmans "Television/Sound" (i T. Modeleski ed. *Studies in intertainment*, Bloomington 1986); men Brophys har efter min mening langt flere udfordrende tekniske og æstetiske betragtninger.

I spændende glimt kommer artiklerne og især Tony Frys bidrag ind på den psyke, der bliver dannet af den ny teknologi, og som sammenfattes i begrebet *just in time*.

Den ny teknologi arbejder hele tiden. Computeren kan køre døgnet rundt og danner en sansning, kreativitet og tænkning, der arbejder lige til det sidste, og altid er 'just in time'. Dead-line er ikke noget langt fremme, det er hele tiden, og der er ikke nogen pause derefter. De langsomme og gamle kreative processer er ved at forsvinde. Derfor er de mest vellykkede eksempler på kreativitet og ny teknologi måske også fremkommet ved, at kunstnere har påpeget dette nye tids- og stofaspekt ved at destruere den nye teknik (som hos Jean Tinguely) eller ved bevidst at arbejde med dens just in time (som hos Andy Warhol, Laurie Andersen) – eller ved at tilføre elementer, som teknik ellers ikke må komme i berøring med (som hos Margaret Benyon, John Sanborn, Maxime Almy).

Snavs, støv eller seksualitet – og med sidstnævnte derved alt vådt og flydende – kan ikke forenes med hverken gammel eller ny teknologi. Alt dette holdes ude af laboratorierne, og teknologien skal være 'klinisk renset'. I det øjeblik den nye teknologi kommer igennem en kreativ bearbejdning, får den netop tilført de elementer, der ellers er udelukket fra dens sterile og evindelige verden. I denne tilførelse ligger en stadig udfordring af teknikken – og en vedvarende mulighed for prægning fra den skabende krop og sjæl.

Det er en god og tydelig antologi med et højt informations- og formidlingsniveau. På et enkelt område lever den ikke op til den standard, den selv sætter. Det gælder registret, som er værre end intet, fordi så mange navne og begreber er glemt.

Antologien kan direkte og indirekte ses i forlængelse af Benjamins arbejder. Den er langt mindre pessimistisk og mere nuanceret og oplysende end Paul Virilios *Synsmaskinen* (København 1989), og den har et mere ædrueligt forhold til post-modernistisk teori end gængs. På den anden side ender den heller ikke – som Benjamin i sin tid – jubeloptimistisk i et 'happy new technophilia'.

Bogen rummer et klart og ligefremt syn på teknikken og kulturen, den er skabt i. Derimod kan man godt blive forvirret over hvad det er for en kreativitet, den ønsker at afdække. Det er tilsyneladende ud fra den skabende proces, man søger at definere begrebet, men det bliver

aldrig rigtigt klarlagt eller diskuteret. Hvad betyder det desuden kreativt og oplevelsesmæssigt at gå fra en materiel til en immateriel baseret æstetik? Hermed også angivet, at der savnes overvejelser over den kreativitet, der udføres af tilskueren i sansningen. I den forstand forlænger antologien sig selv med spørgsmålene, den rejser. Det er formentlig også sigtet: den er én udgivelse i en række af bøger om ny teknologi og visuelle medier.

Det er inden for den fine kulturs rammer, at man primært søger svarene, selv om de fleste spørgsmål bliver stillet ud fra populærkulturens produkter. Det bevirker også, at det felt, hvor al den ny teknologi især bliver afprøvet som i musikvideoer og TV-reklamer (f.eks. Nike Air 180 TV-reklamerne, hvor Industrial Light and Magic og andre eksperimenterende kunstinstitutioner og kunstnere har medvirket), har en tendens til at blive nedtonet. Der er en glimrende artikel af Philip Hayward om musik-videoens udvikling; men de fundamentale spørgsmål i bogen bliver i sidste ende rejst ud fra ret traditionelle æstetiske synspunkter. Desuden er der en tendens til, at det spændende nye felt hvor populær- og finkultur mødes og danner nye former, bliver negligeret.

Ofte glemmer man, at de tidligere traditionelle kunstarter også er baseret på teknik, eller rettere kunsttraditionen vil gerne have dem til at tage sig ud som ren og tidløs ånd, og det er tit lykkedes særdeles effektivt. Al kunst og kultur har imidlertid involveret teknik. Maleriet havde lærred, oliemaling og pensel som forudsætning. Antologien gennemgår de nyeste tekniske udfordringer til kreativiteten. Den tager desuden Benjamins tese om originalen, der er forsvundet og meningsløs at tale om med de nye reproduktionsteknikker, op og giver nogle åbne bud på, hvordan man i stedet kan formulere sig om den nye teknologiske kreative muligheder. Trods de problematiske sider og inkonsekvenser er antologien klart den bedste udgivelse om emnet. Den er gjort af det stof, som er godt at arbejde kreativt tænkende med.

*Bent Fausing,
Københavns Universitet.*

Niels Erik Hulgård Larsen og Grethe Leerbech: TAG MIG PÅ ORDET. Ledelse, kommunikation og troværdighed. Schultz's Erhvervs Bøger, København 1991, 211 sider.

Klaus Kjølner: UD MÆ' SPROGET! Myter og virkelighed i sprog, medier og organisationer. Munksgaards Sprogserie. Viborg 1991, 137 sider, 185 kr.

Dorrit Sætz og Michael Møgensen: INDFLYDELSE OG KOMMUNIKATION. PR for organisationer. Forlaget Amanda, Viborg 1991, 160 sider.

Preben Sepstrup: TILRETTELÆGGELSE AF IN-

FORMATION, Forlaget Systime, Viborg, 1991, 231 sider, 174 kr.

Managementkulturen er over os

Kommunikation og information er blevet nøglebegreber i 90'ernes samfund. Baggrunden for denne udvikling skal søges flere steder: I produktionslivet flyttes vægten fra selve produktionen over til udvikling og afsætning som de centrale elementer samtidig med at service og videreuddannelse får en stigende betydning. Offentligheden har undergået en række ændringer, både på det politiske og det organisatoriske niveau. Samfundet er blevet mere kompliceret med regelstyring og borgerinddragelse. Endelig er det generelle uddannelsesniveau blevet hævet, og kommunikationsteknologierne er blevet demokratiseret.

Denne udvikling har også sat sig igennem i uddannelsessystemet, hvor journalisthøjskole og handelshøjskoler har mistet deres monopol. Den klassiske opdeling mellem en kritisk formidende uddannelse i journalistik og en uddannelse i markedsføring er blevet suppleret med kommunikations- og PR-uddannelse på RUC, kommunikationsuddannelse på AUC og uddannelser i massekommunikation på Københavns og Århus Universitet. De mange nye kommunikationsuddannelser er ikke blot udtryk for en kamp om at få del i det nye arbejdsmarked, men de afspejler også en forskel i tilgange til dette nye vidensområde.

Sideløbende hermed er det også begyndt at vælte frem med bøger om information og kommunikation. Bøgerne har fortrinsvis været rettet mod det generelle marked for ledelseslitteratur mere end til brug på uddannelsesinstitutionerne. En af de få lærebøger, der hidtil har været tilgængelig på dansk, er Blach og Højbergs *Håndbog i information og public relations*, der blev udgivet i 1989 i forlængelse af starten på RUCs PR-uddannelse.

Strategisk informationsplanlægning

Med sin bog om *Tilrettelæggelse af information* ønsker Preben Sepstrup at dække behovet for en mere grundlæggende lærebog i informationsarbejde. Bogen har som den ene af sine hovedmålgrupper studerende i medier og kommunikation, men samtidig er den rettet mod et bredere marked, først og fremmest personer der har ansvar for eller overordnet planlægger informationsarbejde i ikke-kommercielle organisationer. De egentligt udøvende er defineret som en sekundær målgruppe, og Preben Sepstrup har dermed også fastlagt det overordnede perspektiv for bogen, nemlig at vægten i forbindelse med informationsaktiviteter bør i højere grad end hidtil ligge på det strategiske planlægningsarbejde.

En anden vigtig pointe er, at det strategiske planlægningsarbejde skal tage udgangspunkt i en kommunikationsteori. I den opstillede kommunikationsteori er modtageren den centrale størrelse, som skal indtænkes på ethvert trin i den strategiske planlægning. Endvidere lægger Sepstrup vægt på at se modtageren som problem-løsende i modsætning til den genstridige eller forsvarsløse modtager. Konsekvensen af dette udgangspunkt er først og fremmest et mere sobert og mere etisk forsvarligt informationsarbejde, end det vi ofte udsættes for.

Bogen består af to hovedafsnit. I det første hovedafsnit gennemgås kommunikationsteorien, der med vægten på modtageren specificerer en række trin i modtagerens forbrug af informationen: eksponering, indledende opmærksomhed, fortsat opmærksomhed, forståelse, erindring og forstærkning/ændring. Denne seks-trins-model er ikke ny, men den opnår en kvalitet ved, at de enkelte trin specificeres yderligere i forhold til de faktorer, der påvirker informationsprocessens forløb, dels ud fra forhold ved informationen (fx opmærksomhedsværdi, relevans, symbolbrug m.v.), dels ud fra forhold ved modtageren (livssituation, informationsbehov, holdninger m.v.). Gennemgangen munder ud i et skema over grundlæggende strukturer i en udbygget informationsmodel (s. 74-75), der i sammenhæng med de anførte delanalyser undervejs er et godt og detaljeret redskab for enhver kommunikationsanalytiker og informationsplanlægger.

Det andet hovedafsnit består i en gennemgang af en otte-trins procedure for planlægning af informationsarbejde. De tre første trin: fastlæggelse af informationsproblem, indkredsning af målsætning og målgruppe samt valg af informationstrategi(er) udgør den strategiske baggrund, der efterfølges af en handlingsplan: hvad der skal siges, hvordan det skal siges, hvor det skal siges, hvad det koster og hvordan effekten kontrolleres. De grundlæggende principper i denne procedure er også velkendt, men ikke mindst den systematiske gennemgang af den strategiske planlægning, der med udgangspunkt i modtagerens informationsbehov (oplevelse af relevans og informationsbehov i kombination med aktiv og passiv opmærksomhed inden for/uden for normalt medieforbrug) munder ud i en opstilling af ti forskellige strategimuligheder, er et godt og funktionelt værktøj til planlægning af et konkret informationsarbejde.

Som underviser i kommunikationsplanlægning og kommunikationsstrategi kan jeg kraftigt anbefale bogen for dens grundige og systematiske gennemgang af de forskellige trin i informationsarbejdet. Bogen udfylder så absolut et hul i den eksisterende dansksprogede litteratur inden for området. Grundigheden og systematikken sker imidlertid nogle steder med kraftige omkostninger for læsbarheden, et forhold jeg dog mener er legitimt i en grundbog for viderekommende. Det har

som nævnt ikke været Preben Sepstrups målsætning at skrive en populær folkebog. Samtidig hjælper bogens relevante og pædagogiske eksempler fra "det virkelige liv" med til at bevare overblikket.

Selv om jeg synes, at bogen er et positivt bekendtskab, har jeg under læsningen følt mig lidt generet af forfatterens konstante positioneringer gennem direkte og indirekte polemik. Positionering kan være udmærket til at klargøre en problemstilling, men det virker på mig som om bogen har to forskellige målsætninger i forhold til to forskellige målgrupper: den ene målsætning er at give en introduktion til informationsarbejdet for informationsarbejdere og studerende på området, den anden målsætning at profilere forfatteren i forhold til kolleger (konkurrenter?) på området (bl.a. deres manglende vægning af modtageren og den strategiske planlægning). Det sidste ville ud fra en informationsstrategisk betragtning have været bedre placeret i en artikel i et fagtidsskrift. Med hensyn til den indirekte positionering vil jeg henvise til, at Blach og Højbergs tidligere nævnte håndbog ikke er nævnt så meget som i en fodnote.

Modoffentlighed som management

Omvendt lægger Siefert og Mogensen i deres *Indflydelse og kommunikation* ikke skjul på deres gæld til Blach og Højberg. Så meget at det for en mere teoretisk orienteret bruger af deres håndbog ikke er så meget nyt at hente, selv om den går bredere til værks ved også at indrage den interne kommunikation. Det spændende nye hos Siefert og Mogensen er deres forsøg på at give en pædagogisk fremstilling af emnet, der kan bruges af den danske modoffentlighed i deres kamp for at trænge igennem støjen i et overinformeret samfund. Bogen er derfor også i modsætning til de fleste andre bøger om PR ikke bygget på erfaringer fra det private erhvervsliv og store organisationer, men på fem forskellige organisationer inden for området miljø og u-lande. Bogen bygger bl.a. på interview med repræsentanter fra disse organisationer om deres informationsarbejde, og konkrete eksempler er trukket med ind i de mere teoretiske afsnit til belysning af problemstillingerne.

Bogen lægger megen vægt på den strategiske planlægning, men i modsætning til Sepstrup fortrinsvis med udgangspunkt i organisationen selv. Den bygger på en mindre konsekvent systematisk tilgang end hos Sepstrup, men det gør den mere læsbar, og den kommer som helhed godt rundt om de enkelte led i kommunikationsprocessen. Udover de organisationer, den er rettet mod som primær målgruppe, vil bogen absolut være anvendelig som led i medieundervisning i gymnasier/HF, erhvervsskoler og højskoler.

Management eller lederskab?

Moderne virksomhedskommunikation omfatter ikke blot de interne og eksterne informationsaktiviteter, men også kommunikation som ledelsesværktøj. Hulgaard Larsen og Leerbech foretager i *Tag mig på ordet* en gennemgang af centrale problemstillinger inden for dette område. Bogen består dels af en indledende teoretiske del og en gennemgang af fem konkrete cases hentet fra "det virkelige liv".

I den teoretiske del lægges vægten på sondringen mellem management og lederskab, hvor management er den resultatorienterede ledelse, medens lederskab er den procesorienterede og omverdensrelaterede ledelse. Begge ledelseskvalifikationer bør være forenet i den gode leder, men moderne virksomhedsledelse med vægt på omstillingsberedskab prioriterer lederskabet stadig højere. Inden for lederskab lægger bogen vægt på etik i kommunikationen, der i bogen defineres som ligeværdighed i en åben dialog. De fem cases i bogen er eksempler på, hvor galt det kan gå, når en eller flere parter i et sagsforløb dropper denne etiske fordring.

Virksomhedsledere er helt klart bogens primære målgruppe, og som daglig virksomhedsleder kan jeg nikke genkendende til mange af de problemstillinger, der rulles op i casene. Bogen er et udmærket udgangspunkt for at få læseren til at tænke sig om i sin daglige omgang med kolleger på arbejdspladsen. Men selv om også jeg principielt går ind for bogens etiske fordring for godt lederskab, føler jeg mig ikke altid lige overbevist om, at problemerne kunne være løst gennem en bedre kommunikation. Åben kommunikation er ikke et universalmiddel, der løser op for enhver situation.

Til brug i undervisningen synes jeg bogen er for overfladisk og ustruktureret. Endvidere generer det mig grænseløst, når en bog om kommunikation misbruger værktøj til tekstbehandling/dtp ved at have faste orddelelinger, der løber med over i ny linje, samtidig med at afsnittene efter sætningen er blevet forskubbet, så der pludselig springes 3 linjer over.

Den grafiske præsentation er generelt uskøn og ikke med til at skabe overblik. Sådan noget skal være i orden i en god bog om kommunikation!

Ellers mister den troværdighed.

Et opgør med managementkulturen

Til sidst nogle få ord om Klaus Kjöllers bog *Ud med sproget!*. Bogen har undertitlen: "Myter og virkelighed i sprog, medier og organisationer", og den handler da også om lidt af hvert. Bogen er delt op i to hovedafsnit: det første handler om "sproget ude i livet", først og fremmest den politiske kommunikation i massemedierne, det andet handler om "sproget inde på livet", der viser sig at være et sprogfilosofisk essay om begrebet

"det evige liv". Det er sprogets rolle som led i opbygningen af vores virkelighedsopfattelse, som binder de to ret forskellige afsnit sammen.

Bogen er på godt og ondt et opgør med tiden og dens managementkultur, som vi bl.a. møder den i de tre andre bøger. Den er et opgør med det aktive, optimistiske menneske og den såkaldte "nuisme" til fordel for det skeptisk analyserende og indadvendt drømmende menneske. På godt fordi udviklingen trænger til at blive underkastet sprogfilosofiens og kulturradikalismens kritiske blik, på ondt fordi den samtidig ikke tager de udviklinger, den gør op med, seriøst.

En systematisk gennemgang af partiinteresser og mediestrategier er bogens bedste og mest sammenhængende analysedel, og bogen kan absolut bruges som udgangspunkt for at diskutere mediernes rolle i det politiske spil. Men de konstruerede modeller tenderer mod at blive abstraktioner, hvor læseren ville være bedre hjulpet med nogle konkrete eksempler fra virkeligheden.

Bogen er ikke ment som en lærebog, men som en debatbog. I en tid hvor managementkulturen er over os er det vigtigt, at vi tvinger os selv til kritisk refleksion. Klaus Kjöllers *Ud med sproget!* kan hjælpe os til at standse op, Preben Sepstrup's bog om *Tilrettelæggelse af information* kan bringe os videre med refleksionen i behold.

Bo Fibiger,
Institut for informations- og medievidenskab,
Aarhus Universitet.

Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner og Eva-Maria Warth (red.): **REMOTE CONTROL: Television, Audiences and Cultural Power**, Routledge 1989, 262 s., £9.99/DKR ca. 150.

Remote Control er en spændende bog, og en tidstypisk bog. Redaktørerne har valgt en flot titel, der udkrystalliserer bogens overordnede problemstilling: fjernkontrollen som tv-udbuddet, der tidsordner og dagsordensætter vores hverdag – og fjernkontrollen i hånden, der tænder, skifter og slukker, og dermed giver os en oplevelse af at være aktive og indgribende. *Remote Control* består af tolv artikler om anglo-amerikansk tv, skrevet af akademikere fra Tyskland, Holland, Australien, Storbritannien og USA. Den udspringer, som så mange andre af sin art, af en konference, "Rethinking the Audience", der fandt sted i Tübingen, Tyskland, i 1987.

Artikelbogen

Den er også et eksempel på en ny art publiceringsform, "artikelbogen", der har vundet frem i 80'erne, som et