

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-trinsmodel 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 danskprogede 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 vægtning 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 Saietz 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 Saietz 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 ikke genkende til mange af de problemstillinger, der ruller 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 Kjølbers 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 Kjølbers *Ud med sproget!* kan hjælpe os til at standse op, Preben Sepstrups 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 dagsorden-sætter 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

alternativ til både den traditionelle enkeltartikel i det prestigøse, men langsomme og ofte konservative tidsskrift, og den lange monografi, der er så svær at få passet ind mellem undervisning, administration og familie. Artikelbogen er en hybridform, der, lidt kynisk, kunne siges at udtrykke den yngre akademikergenerations stigende meriteringsbehov og publikationspres. Den har stadig en delvis kollektiv form, (omend den er et trin op fra GMT-værket på lokumpapir), dvs. den rummer stadig en vis beskyttelse mod den individualistiske akademiske markedsplads i sin mest rå form. Vel skal der helst nogle "navne" med, men der er stadig, i et vist omfang, plads til "vennerne", omend det netop er i afgørelsen af, hvem af vennerne der skal med, at de mest pinagtige konflikter opstår for redaktørerne. (I dette tilfælde har det resulteret i, at ikke mindre end fire personer krediteres som redaktører). Konflikten ligger naturligvis i, at artikelbogen ikke *alene* skal være varmestue for vennerne, men samtidig skal være af en sådan kvalitet og homogenitet, at den kan finde nåde for det prestigegivende forlags kolde markedsøjne. Og hvor gode er vennerne så *egentlig*, når det kommer til stykket...?

Routledge i 80'erne

Routledge, Storbritanniens største akademiske forlag, har i 80'erne, under bl.a. James Currans indflydelse, set det som sin rolle at publicere "artikelbøger" med en mere international og alternativ/"kritisk" vifte af arbejder indenfor media/cultural studies, og *Remote Control* kan ses som et præcist signalement af den skrøbelige og modsigelsesfyldte internationale "kritiske" konsensus indenfor media/cultural studies i slutningen af firserne. En konsensus, opbygget af en række komponenter: (1) en vag, delvis udvandet "kritisk" positur, der på den ene side er skeptisk overfor Frankfurterskolens deterministiske tendenser og foragt for massekulturen, på den anden side (som det hedder i den glimrende introduktion) "har en mistro overfor empiri og positivisme, og lægger vægt på forholdet mellem viden og magt", og her især trækker på folk som Foucault, Kristeva, Bourdieu, og Birmingham-skolen. (2) En fælles baggrund i humaniora/cultural studies, med en fælles skepsis overfor den socialvidenskabelige kvantitativt orienterede medieanalyse. (3) En fælles orientering mod populær-tv, især soap opera og sitcom, hvor tekst-immanente tilgange på mere iøjnefaldende vis end ved arbejdet med romaner og biograffilm kommer til kort, hvilket motiverer en bevægelse over mod (4) publikum, hvis kvalitativt vurderede oplevelse bliver en afgørende instans for tv-analysen (her ses The International Television Studies Conference i London 1986 som en milepæl), hvilket igen afføder et opgør omkring (5) spørgsmålet om kvalitet som en subjekt-fri eller subjektiv størrelse, hvor, specielt i den

anglo-amerikanske kredse, begrebet "pleasure" kommer ind i varmen igen, efter at have været relegeret af Frankfurterne til området for forførelse, fordømmelse og manipulation.

Teori og praksis

Remote Control er organiseret på den måde, at de første seks bidrag er af teoretisk eller generaliserende art, mens de sidste seks er case study-orienteret. En kort gennemgang af de enkelte bidrag:

David Morley lægger ud med sit essay "Changing Paradigms in Audience Studies", hvor han i debatterende form gennemgår de sidste tyve års positioner og temaer, der er relevante for publikumsforskningen: Stuart Hall (encoding/decoding), Lacans subjektteorier, medier som "tekster" og/eller "læsninger" (Fiske). Morley breder sig derefter ud til mere generelt at karakterisere temaer i populærkulturforskningen i det seneste par årtier via en række forskere, hvoraf nogle er medbidragsydere i *Remote Control*: Ien Ang, Tania Modleski, Elihu Katz og Tamar Liebes m.fl.

Robert C. Allen's bidrag: "Bursting Bubbles: Soap opera, audiences and the limits of genre", er en historisk gennemgang af etableringen af begrebet og genren "soap opera", der trækker på både britiske og amerikanske varianter – en interessant, men noget specialiseret generisk diskussion.

John Fiske's essay: "Moments of Television: neither the text nor the audience", er en variation af hans radikalt optimistiske position i *Television Culture* (1987): "There is no text, there is no audience, there are only the processes of viewing". TV genindfører iflg. Fiske en demokratisk, oral kultur, og TVs åbenhed og mangel på "autoritet" gør tv til "an enabler of diversity and difference".

Claus-Dieter Rath skriver om "Live Television and its Audiences" – en interessant fokusering på det mest fascinerende – og uudnyttede – træk ved tv, det "direkte", og hvor han bl.a. inddrager Walter Benjamins overvejelser om "erfaringsstab".

Ien Ang's "Wanted: Audiences. On the Politics of Empirical Audience Studies" er et hidtidigt forsvar for den "kritiske" dimension af "cultural studies audience research", og et angreb på "akademiseringen", "videnskabeliggørelsen" og den stigende "konvergens" i retningen af mainstream-forskningen, specielt i forhold til "uses-and-gratifications"-traditionen. Det er samtidig et internt opgør med David Morley, der iflg. Ang startede "kritisk" med *The "Nationwide" Audience* (1980), men med *Family Television* (1986) konformerede til en "videnskabeliggjort", objektiveret akademisk diskurs, der ikke stiller spørgsmål ved sin egen status, formål og involverethed i emnet. Angs idealistiske positur tager

ikke for alvor fat i den underliggende problematik, der drejer sig om de offentligt ansatte intellektuelles relative frihed/afhængighed, men hendes essay stiller spørgsmålene på en forfriskende fræk facon. Hun og Brunsdon er de eneste, der inddrager væsentlige overvejelser om, at forskningen altid allerede også er en del af en karriere-mæssig strategi, en positionering i et felt af muligheder, og konkurrenter. Denne indsigt kunne hun med fordel, nu da hun er ude med øksen, udvide til at omfatte refleksion over sin egen position, den feministisk/progressive alternativisme inden for "cultural studies audience research", der i hvert fald i firserne var en niche med gode muligheder for avancement og publikation.

Charlotte Brunsdon, der ligesom David Morley og Dorothy Hobson har sin baggrund i Birmingham Centre for Cultural Studies, lægger i "Text and Audience" ud med en bestemmelse af "the television-ness of TV" - det særlig tv-agtige ved TV: hun peger på tre karakteristika: *intimiteten* ved TV, *kontinuiteten* (det serielle), og *publikums* stadige "indskrivning" i TV - som tilstedeværende publikum, som vox-pop, som adressat. En præcis og øjenåbnende bestemmelse af TV-mediet.

I sidste halvdel af artiklen dukker Brunsdons polemiske ærinde op til overfladen: hendes protest mod den gradvise fortrængning af TV som produceret tekst, til fordel for "the text of audience". Brunsdon beskriver denne udviklingshistorie, som en glissando i flere tempi siden midten af 70'erne: tekstbegrebet, dvs. akademikeren som privilegeret læser, bevaredes via en række kunstgreb, såsom "the redemptive reading". dvs. den alternative læsning, der gennem tekstens sprækker og signifikante fravær så at sige "redder" teksten fra at være en funktion af den herskende ideologi. ITSC-konferencen i London 1984 ses af Brunsdon som slutpunktet i denne fase. ITSC 1986 blev så tidspunktet, hvor den kvalitative publikumsforskning tog over, hvor så at sige den reddende læsning måtte legitimeres, og ikke længere kunne foretages af akademikerne selv, men af "rigtige" publikummer. I den britiske sammenhæng ser Brunsdon denne udvikling som en afspejling af Thatcherismens stigende dominans, hvor netop kombinationen af radikal markedspladskonservatisme kombineret med populisme kan ses som den politiske parallel til medieforskningens (defensive) bevægelse mod kvalitativ publikumsanalyse, som tilpasning og som udtryk for et stigende legitimeringsbehov i en brutal nedskæringsperiode inden for de højere uddannelser i Storbritannien(!). Brunsdon beskriver to særlige varianter af denne udvikling, hvor TV-teksten marginaliseres: Den ene er den, hvor teksten ekspanderer, antager en række ikke-tekstlige former og bliver et element i et bredere idehistorisk signalement: Bennett og Woolacotts *Bond and Beyond* er et godt eksempel.

Den anden er den feministiske analyse af populær-

TV og trivialliteratur: Janice Radway (*Reading the Romance*) og Ian Ang (*Watching Dallas*) er klassiske eksempler, hvor iflg. Brunsdon "feminist research has moved from the "bad" text to the "good" audience".

Brunsdon konkluderer, at selvom hun ikke taler for en tilbagevenden til "the pre-audience text", så er det nødvendigt at holde fast ved TV som produceret tekst. Ellers vil forskningen aldrig få indflydelse på hvilken slags TV, der rent faktisk produceres - den vil så at sige halse bagefter, forholde sig til TV som en fuldbyrdet kendsgerning, og reelt "reproduce and elaborate the dominant paradigm in which the popular is the devalued term". Unægtelig et indlæg, det må have kostet redaktørerne noget mavepine at lukke ind i dette selskab!

De seks sidste bidrag er case-study-orienterede, og kræver kun få ord til oplysning for særligt interesserede:

Larry Gross' "Out of the Mainstream: Sexual minorities and the Mass Media" er en karakteristik af amerikanske mainstream homofobi, og en diskussion af mulige modstrategier, såsom camp og kollektive kultfænomener som *The Rocky Horror Picture Show*.

Dorothy Hobson's "Soap Operas at Work" ligger i forlængelse af hendes bog *Crossroads* fra 1982, og er en interviewanalyse af seks kvinders snak om soap operas og deres dagligliv.

Jan-Uwe Rogge: "The Media in Everyday Family Life" er en skitse af to større projekter, der analyser hverdags-medieforbrugsmønstrene i en række familier.

John Tulloch's "Approaching the Audience: The Elderly" er en interviewanalyse af ældre mennesker i Boumemouth, England, med specielt henblik på deres forhold til soap opera - og med overvejelser om interviewerens rolle.

Tamar Liebes and Elihu Katz's essay "On the Critical Abilities of Television Viewers" er en del af deres store sammenlignende analyse af forskellige nationale/etniske gruppers opfattelse af *Dallas* -Amerikanere, Japanere og forskellige etniske grupper i Israel, og er dermed en præsentation af dette projekt.

Endelig går de fire redaktører (Ellen Seiter et al.) sammen om det afsluttende indlæg: "Don't Treat us Like we're so Stupid and Naive": Towards an Ethnography of Soap Opera Viewers. Det er en række beskrivelser af og metodologiske overvejelser omkring soap-opera-kiggere i Oregon, USA.

Remote Control har en række fyldige bibliografiske noter efter de enkelte essays, og en særdeles nyttig "select bibliography" bagest, der på forbilledlig vis dækker feltet frem til 1988.

Michael Skovmand,
Engelsk Institut, Aarhus Universitet.