



ALLE MAND PÅ DÆK. Bliv medlem, og støt økosystemet. Du bestemmer selv prisen. Send os din mail via MobilePay.

 MobilePay 125016

ROOTSTRAPPING



ALLE MAND PÅ DÆK. Bliv medlem, og støt økosystemet. Du bestemmer selv prisen. Send os din mail via MobilePay.

 MobilePay 125016

ROOTSTRAPPING

Forside (/)

Anmeldelse af ny bog om politisk kommunikation

Lær lidt af Lippert



Lippert: "Vi er som samfund meget flydende i vores forståelse af, hvad der er vigtigt og rigtigt, og hvad der ikke er, og i sådan et samfund står kommunikationen frem som en faglighed, der kan påvirke beslutninger. Jeg tror, kommunikation det kommende årti vil udfordre økonomi og almindelig statskundskabs herredømme over vores forståelse af magten". Foto Per Arnvi / tv2.

Skrevet af

Klaus Kjøller ()

()

()

4 artikler

0 indlæg

()

Ny bog om det politiske K-håndværk af X-spindoktor. En håndbog og en håndvåbenguide til politik fra en, der har spillet mange roller rundt om magten. 'Bag magten' er titlen, selvom den med rette burde have heddet 'Lær af magten' - fra en, som har lært at leve for den. En fin, erfaringsbaseret bog om politisk kommunikation, som blot mangler at svare på, hvorfor den nødvendige politik var så nødvendig? Lå der blot bag magten et ønske om at bevare magten?



Søren Lippert 'Bag magten. Om politisk kommunikation' Akademisk forlag 2016, 201 sider.

Søren Lipperts bog 'Bag magten' er en fin indføring i, hvordan det politiske system er bygget op, og hvordan det fungerer og kan opleves i praksis. Bogen er inddelt i tre dele på ca. 60 sider hver: 1) Hvordan man vinder regeringsmagten i Danmark, 2) Hvordan man bruger magten, når man er regering, og 3) Hvad der får magten til at forsvinde fra dem, der har den, og hvordan de agerer for at holde på den. Den erklærede målgruppe er "politisk interesserede, journalister og alle, der er optaget af politisk kommunikation."

Fuld af erfaringer uden at forfalde til anekdoter

Bogen kombinerer efter amerikansk forbillede personlige erfaringer med generel analyse. Det er muligt, fordi få som Lippert har været 360 grader rundt på Borgen og i Mediedanmark. Han var særlig rådgiver for Nick Hækkerup (S), mens han bestred tre ministerposter i Thorning-regeringen 2011-15. Da Lippert ved valgudskrivelsen fratrådte, blev han ansat som studievært ved TV 2 News. Før stillingen som Hækkerups særlig rådgiver var han presserådgiver hos Socialdemokraterne, i Danske Invest, i Geelmuyden Kiese, reporter på TV AVISEN og vært på DR P1 Debat.

Lippert har altså både erfaringer som kommunikationsrådgiver i erhvervslivet, i politik og som reporter og studievært i vores public service-medier. Lippert bygger udelukkende på egne observationer og erfaringens vægt. Han forsøger ikke at skjule, at han er bogens eneste kilde. Samtidig erklærer han i indledningen, at "bogen er, hvad jeg har lært, ikke hvad jeg mener. Misforståelserne og pointerne i bogen er resultatet af min politiske uddannelse og ingen andres ansvar."

Håndværk fremfor spin

Bogen lægger afstand til den udbredte opfattelse, at politisk kommunikation især handler om markedsføring, altså spin. Dvs. hvordan man får den rigtige overskrift på en artikel, eller får en tv-vært til at stille det rigtige spørgsmål. Dette er, ifølge Lippert, en lille, men dog vigtig del af politisk kommunikation, som bliver kronisk overeksponeret af kommentatorer og journalister, fordi det er noget, de rent fagligt har forstand på, og fordi det samtidig er noget, som sker for øjnene af vælgerne.

Pressehåndtering spiller en tilbagetrukket rolle i bogen. I stedet sætter bogen fokus på politisk kommunikation som et ekspertområde, det er nødvendigt at inddrage i arbejdet bag kulisserne på linje med økonomi og jura. Det handler om at definere et partis identitet, sætte den politiske kurs for en regering og udvikle ny politik. Den politiske kommunikationsrådgiver sidder med ved bordet og bidrager på linje med de tunge drenge og piger, når svære, strategiske beslutninger træffes.

Hvad gør en regering, når magten er tabt?

Del 1 og 2 er udmærkede introduktioner til politisk kommunikation. Der gøres god brug af relevante typedannelser, som bla. fremvises i instruktive diagrammer. Magt fremhæves i bogen som drivmidlet i politik, og bogen igennem bliver det stadig klarere, at det egentligt nye i bogen er Lipperts selvoplevede eksempler på embedsapparatets store politiske magt. Her kunne Lippert med fordel have refereret til Tynells 'Mørkelygten' (2014) for at styrke sin argumentation.

Bogens del 3 om, hvordan magten smuldrer mellem hænderne på dem, der har den, er klart bogens mest interessante for dem, der allerede kender den politiske kommunikations lille katekismus, som gennemgås i bogens to første dele. Kort gengivet smuldrer magten, ifølge Lippert, fordi regeringen efter 12-18 måneder har udtømt regeringsgrundlaget og derfor stille og roligt overtager embedsapparatets langsigtede, indbyggede politik.

Bogens mest interessante analyse findes måske i denne del, hvor der gives en overbevisende beskrivelse af interne forhold, når et valg nærmer sig for en regering, som står til tab.

De nødvendige beslutninger for den nødvendige politik, men hvorfor var det nødvendigt?

I samme del findes en god analyse af den politiske brug af udtrykket "nødvendig beslutning". Mange læsere i bogens målgruppe vil, mens de læser analysen, tænke på DONG-salget, men dette eksempel nævnes ikke i den forbindelse. Der er flere bemærkelsesværdige udeladelser eller nedtoninger i bogen.

Når man som Lippert har været så personligt involveret – og politisk engageret – i Thorning-regeringen, så er det en udfordring at skrive en generel, upartipolitisk bog om politisk kommunikation ud fra sine personlige erfaringer. Og bogens sidste del 3 kan da også på grund af udeladelser og ned- og optoninger vække den lidt uhøflige tanke hos læseren, at bogens politiske ærinde er at spinne, at Thornings løftebrudsproblemer mere skyldes embedsapparatet end de Radikale.

I det hele taget findes der i bogen påfaldende lidt om udfordringerne med at danne og undgå interne, ødelæggende stridigheder i de koalitionsregeringer, som er så almindelige her i landet. Med Thornings regering som vel nok ét af de mest lærerige eksempler.

Men alt i alt en interessant bog, som er god at få forstand af. Bogen udfolder og eksemplificerer alt det i politisk kommunikation, som ikke handler om spin. Og den gør det overbevisende, bla. fordi man klart mærker, at bogen bygger på selvoplevede eksempler, som Lippert på lødig vis forsøger at generalisere ud fra. Dette abstraktionsarbejde gør mange steder bogen rigeligt lang i spyttet og gør – ironisk nok – visse steder sprogbrugen ret embedsmandsagtig.

Selvfølgelig kunne Lippert også have skrevet en langt mere direkte, personlig beretning, for eksempel om sit årelange arbejde som særlig rådgiver for Nick Hækkerup i en turbulent regeringstid. Men så ville de vigtige, generelle pointer om kommunikationsrådgiverens centrale placering bag magtens kulisser være blevet skjult af en masse personfnidder, og den slags har bogens målgruppe rigeligt af i forvejen.

Vi bringer her et kort Q&A Interview med Søren Lippert om hans bog:



*Der er ikke længere de barrierer mellem folk og mellem partierne, som fx statskundskab er meget defineret af. Jeg tror, kommunikation det kommende årti vil udfordre økonomi og almindelig statskundskabs herredømme over vores forståelse af magten.
Foto: Andreas Omvik.*

Hvad er bogens budskab?

'Bag magten' er en fagbog, så jeg forsøger med bogen at beskrive og analysere – mere end komme med et bestemt budskab. Ambitionen er at give folk et indblik i, hvordan politik bliver til i Danmark, hvad det er for kræfter, der styrer den politiske proces. Jeg har arbejdet i politik i otte år, fire år for et parti i opposition og fire år for en regering.

Begge steder lærte jeg en hel masse, jeg ikke vidste i forvejen – og det vil jeg gerne dele med andre. Ikke mindst fordi – og det er så måske budskabet – at hvis vi som offentlighed skal kunne gå kritisk til magten, skal vi også vide, hvor magten er, og hvordan den fungerer.

Hvordan og hvorfor kan / skal man bruge bogen?

Jeg synes, man kan bruge bogen som indføring i, hvordan det danske demokrati virker. Hvad enten man arbejder med politisk kommunikation på den ene eller den anden måde, så giver bogen – for mange, tror jeg – et tilgængeligt og overskueligt billede af, hvordan beslutninger bliver truffet i Danmark. Der er helt sikkert ting i bogen, som Kforums faste læsere ved i forvejen.

Men jeg tror også, der er ting, som vil være nye. Om hvordan magten fungerer i et oppositionsparti, hvordan spillet er mellem ministre og embedsfolk – og ikke mindst, hvad det er for dynamikker, der er på spil i en regering, der nærmer sig at skulle møde vælgerne igen. Endelig giver bogen nogle modeller, der sætter politikerne og processerne på konkret formel, så de er nemme at forstå og diskutere med andre.

Hvilke politiske kommunikatører inspirerer dig og hvorfor?

Der er masser af mennesker, der inspirerer mig, men i virkeligheden er noget af det mest fascinerende at trække viden og erfaringer ud af mennesker, der ikke nødvendigvis har med kommunikation at gøre, men som skal have ting til at virke og fungere. Jeg lærte kolossalt meget af at se og være en del af processerne i de tre ministerier, jeg

arbejdede i – med departementscheferne og HK'erne og husene i det hele taget.

Politisk kommunikation handler om teorier og modeller, og der er mange skridt endnu at tage for den politiske kommunikation, fordi det er så ung en disciplin. Men det handler jo også om at forstå relationen mellem mennesker. Hvordan bliver et budskab opfattet – hvordan fungerer vores hjerner – hvorfor handler vi anderledes end for eksempel de økonomiske modeller siger, vi burde?

Derfor har jeg været meget inspireret af folk som Drew Westen (The Political Brain) og Daniel Kahnemann (Thinking, Fast and Slow). De beskæftiger sig begge med den menneskelige psyke og det enorme, ubeskrevne land, hvor vores underbevidsthed regerer – og som bestemmer stort set alt, hvad vi foretager os.

Hvad er de meste interessante tendenser i politisk kommunikation i dag og hvorfor?

Jeg oplever, at vi står på tærsklen til at træde ind i en ny æra for den politiske kommunikation herhjemme. Vi er jo nok i gang med det, sådan noget sker jo ikke på en bestemt dato. Men det er, som om politisk kommunikation modner meget som fag i de her år.

Vi har lagt den lidt generte fascination af spin bag os, og det står klart, at kommunikation for det første stikker langt dybere end den daglige dialog med journalister – kommunikation handler om at gå fundamentalt og strategisk til værks – men også at kommunikation i det moderne samfund er noget, der handler om kernen i magtens væsen.

Vi er som samfund meget flydende i vores forståelse af, hvad der er vigtigt og rigtigt, og hvad der ikke er, og i sådan et samfund står kommunikationen frem som en faglighed, der kan påvirke beslutninger. Hvad skal vi mene om flygtningestrømmen? Hvad skal vi mene om den måde, dansk kultur bliver påvirket på? Er det europæiske samarbejde bæredygtigt og noget, vi har lyst til at holde fast i? Hvordan skal vores børn opdrages?

Alle den slags grundlæggende spørgsmål stiller vi os i dag, uden at vi på forhånd kender svaret. Når Kristian Thulesen Dahl siger noget fornuftigt, er du enig med ham, men når Uffe Elbæk siger noget, der også er fornuftigt, er du enig med ham. Du oplever det ikke som modsætningsfyldt.

Det flyder på en måde, som for eksempel økonomerne ikke kan forklare. Der er ikke længere de barrierer mellem folk og mellem partierne, som for eksempel statskundskab er meget defineret af. Jeg tror, kommunikation det kommende årti vil udfordre økonomi og almindelig statskundskabs herredømme over vores forståelse af magten.

Hvad er mest overrated og mindst betydningsfuldt i politisk kommunikation?

Politisk kommunikation må – som al anden videnskab – handle om at finde ind til kernen i det hele, i dette tilfælde magtens væsen. Tit kommer politisk kommunikation til at handle om at finde rundt i hvilket medie, der topper i morgen.

Trump? Hvad er budskabet?

"Its the psychology, stupid". Hver eneste borger, uden undtagelse, er i stand til at tage kvalificeret stilling til, hvem der skal lede nationen. Sådan er det i et demokrati. Men vores valg kan ikke nødvendigvis forklares med gammeldags begreber som for eksempel økonomisk rationalitet.

Facebook? Hvad er dine tanker?

Få. Jeg står gerne ved, at jeg er glad for klip med killinger, der leger.

Overalt i Europa ser vi midten kollapse og ydre fløjene storme frem. Hvad er dine tanker om dette?

Der skete det bemærkelsesværdige ved seneste folketingsvalg, at de to store partier, der har defineret Danmark gennem hele det tyvende århundrede, for første gang i vores parlamentariske historie tilsammen fik under halvdelen af stemmerne. De to definerende magtpartier, Venstre og Socialdemokratiet, kunne end ikke, hvis de gik sammen, skabe flertal til at regere Danmark alene. Det er en fundamental forskydning i det danske demokrati.

Der er magtpartierne på den ene side, og så er der protestpartierne på den anden side. Protestpartier er et dårligt ord, for det er naturligvis kapable partier, men de synes at være bundet sammen af at være i opposition, ikke kun til bestemte ideologier og værdier, men også til selve det politiske system i Danmark – det system, der har holdt Socialdemokratiet og Venstre ved magten stort set altid.

Der er måske et eller andet ved vores demokrati og styreform, der ikke kan rumme – eller skaber afstand til – mange borgere i moderne samfund – det danske som andre. I 1973 oplevede Danmark et jordskredsvalg – men er det skred stoppet, eller er vi stadig midt i det?

Hvilke bøger vil du anbefale om politisk kommunikation

Som nævnt kan jeg anbefale Daniel Kahnemanns 'Thinking, Fast and Slow', og Drew Westens 'The Political Brain'. Jeg havde også en stor aha-oplevelse af at læse Pixar-grundlægger Ed Catmulls biografilignende bog 'Creativity, Inc.' og så er Martin Lindstrøms 'Buyology' sjov at læse med politisk kommunikations-briller, selvom den er skrevet til marketingverdenen.

RELATEREDE ARTIKLER

Taber Mette på sin tavshed? (/artikler/Magtkommunikation) - I årtier har politisk kommunikation sagt, at vejen til at sætte og vinde dagsordener går gennem proaktivitet, klare mark...

Troværdig kommunikation efter Trump (/artikler/Udvidelse-af-autenticitetszonen) - Autenticitetszonen er blevet udvidet: Brugt rigtigt kan grovheder, løgne og direkte amoral styrke en politisk kandidat. ...

Det underdanige og det magtfulde (/artikler/Susan-Simonsen-det-underdanige-og-det-magtfulde-anmeldelse) - Susan Simonsen har igennem forlaget Gladiator udgivet en essaysamling, hvor flere politikere og embedsmænd nævnes ved na...

Giv din stemme

4,6/5

11 stemmer

KOMMENTARER

0 kommentarer

Sortér efter

Tilføj en kommentar ...

[Plugin til Facebook-kommentarer](#)

UDVALGTE JOB (/KOMMUNIKATION-JOB)



Digital Platform Specialist
(/kommunikation-job/pka-

Frist: Hurtigst muligt



(/kommunikation-job/dignity-
danskinstitutmodtortur-presse-

**presse- og
kommunikationsrådgiver**

Frist: 31. juli kl. 12.00



**CSR-chef (/kommunikation-
job/danskespil-csr-chef)**

Frist: 22. juni



(/kommunikation-job/kmd-
pressechef)

**Pressechef (/kommunikation-
job/kmd-pressechef)**

Frist: 31. juli



**Miljø- og
Fødevareministeriet**
Departementet

(/kommunikation-job/miljo-og-

**Taleskriver (/kommunikation-
job/miljo-og-**

Frist: 28. juni



Kommunikationspraktikant
(/kommunikation-

Frist: 3. juli

[Se alle job \(/kommunikation-job\)](#)

[Indryk job \(/kommunikation-job/danmarks-bedste-jobbank-for-kommunikationsjob\)](#)

FØLG OS

Facebook
(<https://www.facebook.com/Kforum>)

Twitter (<https://twitter.com/kforum>)

LinkedIn
(<http://www.linkedin.com/company/kommunikationsforum-a-s>)

Instagram
(<https://instagram.com/kforum/>)

Youtube
(https://www.youtube.com/results?search_query=kforum)

AKTIVITETER

Opslå job
(/kommunikation-job/danmarks-bedste-
jobbank-for-kommunikationsjob)

Indryk banner (/banner-

annoncer)
Indsend jobhop (/jobhop)

Skriv for Kforum

(/skrivforkforum)

Om Kforum (/om)

Privacy policy (/privacy)

KONTAKT OS

Kommunikationsforum A/S
GL. Kongevej 3E, 4. sal, Baghuset
1610 København V

Telefon: 33 42 21 60
E-mail: info@kforum.dk
(<mailto:info@kforum.dk>)