



Blad fra Center for Kommunikation

COMMUNICARE

nyheder • debat • baggrund

Center for Kommunikation
Det Erhvervsproglige Fakultet
Handelshøjskolen i København
Dalgas Have 15
2000 Frederiksberg
www.cbs.dk/centres/communication
Kontakt: [Tine Silfvander](mailto:Tine.Silfvander@cbs.dk)

nr. 3
september 2003

I dette nummer

[Velkommen til
Communicare nr. 3](#)
side 2

[DAGEN](#)
side 3

[Tre spørgsmål til
professoren som vi
gerne vil kalde "vores"](#)
side 7

[Kunsten at skabe
venlige brugere](#)
side 9

[På med Intro T-shirten
- nu går det løs](#)
side 12

[Staffetten: Hvordan kan
mine støvler være tekst?](#)
side 14

[Klummen: Lektor Blomme](#)
side 18

Redaktionens intro.

Cathrine Wahl diskuterer hvorfor eventyret om DAGEN stadig er aktuelt.

Anne Marie Bülow-Møller fortæller om den moderne professorrolle.

Jonas Heide Smidt skriver om konstruktiv og tillidsbase- ret brugeradfærd på nettet.

"Med Intro T-shirten på er vi ikke individualister", skriver Louise Gill bl.a.

Jens Lautrup Nørgaard spinder en ende over det hermeneutiske tekstbegreb.

Ren 70'er retro har invaderet Klummen denne gang.

Redaktion

[Louise Gill \(BA-stud.\)](#)
[Cathrine Wahl \(BA-stud.\)](#)
[Elisabeth Halskov Jensen \(adjunkt\)](#)
[Sine Nørholm Just \(ph.d.-stipendiat\)](#)

Det er stadig sensommer, og de nye studerende på Handelshøjskolen har sikkert rusturen i kroppen endnu: Velkommen til jer og andre nye læsere af Comunicare – og velkommen igen til jer der har været med os siden nr. 1.

Til de af jer som læser Comunicare for første gang skal vi fortælle at vi er talerør og debatforum for Center for Kommunikation, som er placeret midt i den lyserøde ende af huset på 2. sal, og vores redaktion består af to kommunikationsstuderende og to undervisere og forskere på centeret. Alle som har noget væsentligt på hjerte er velkomne med indlæg, og vi rådgiver gerne i skriveprocessen. Vi har haft indlæg om alt fra e-mailkultur til storytelling, og vi modtager gerne korte artikler om kommunikationsfaglige emner og andet relevant stof, som fx boganmeldelser, conferenceomtaler og rejsebreve. Desuden har vi tradition for selv at lave et interview eller lignende hver gang, vi har en stafet hvor der i hvert nummer bliver svaret på et spørgsmål af faglig art, og vi har en fast klumme, som vores sekretær Tine har et solidt greb om.

I dette nummer har vi således et kort interview med Anne Marie Bülow-Møller, som fortæller at professorer ikke er hvad de har været: de har lissom ikke samme

aura, og Jens Lautrup Nørgaard skriver at den hermeneutiske måde at opfatte tekst på minder ikke så lidt om den moderne semiotiks "totalsemiotiske" standpunkt. Desuden har Jonas Heide Smith fra IT-Universitetet i København skrevet et indlæg om konstruktiv og tillidsbaseret brugeradfærd på nettet, Louise Gill har et indlæg om det at være intro-vejleder for de nye BA-studerende, Cathrine Wahl har skrevet om aviseventyret DAGEN: en stadig aktuel historie om hvordan intern og ekstern kommunikation kan komme til at modarbejde hinanden, og klummen handler denne gang om hvordan lektor Blomme blev venner med hønsestrikken.

Vi håber du kan lide vores nyhedsbrev – for som de siger i Hit med Sangen: Vi *kan* ikke lave det om! Men har du en god ide i maven, så tøv ikke med at henvende dig til en i redaktionen.

God læselyst!

"En avis fra folk der kan skrive til folk der kan læse."

- DAGEN havde alle de rigtige holdninger og målsætninger; hvorfor gik det alligevel galt?

Kommunikationsforum.dk præsenterede primo august i år en artikel med overskriften "Dårlige nyheder" om de alment kendte tragiske tilstande på danske avisredaktioner med fortsat dalende oplagstal og fortravlede, mismodige journalister. Konklusionen på læsernes flugt var dog udtryk for en uvant selvransagelse og bød på en forfriskende rammende indsigt. Artiklens to forfattere tog afstand fra de traditionelle syndebukke: danskernes påståede manglende interesse i samfundet og de digitale konkurrenter, og satte i stedet internt fokus på en journalistik, der uden hensyntagen til læsernes præferencer simpelthen ikke er værd at betale for. Artiklen behandler et paradoks i den danske medieverden: vi læsere vil have nyheder med relevans, baggrundsstof der sætter dagens fortællinger i en historisk, ideologisk og global kontekst, og en levende, fortællende journalistik, der tilføjer læsningen en retorisk oplevelse, men de eksisterende aviser lader til at nægte at tage denne virkelighed til eftertanke. Et dansk avisprojekt har dog for nylig søgt at gøre op med denne tingenes sørgelige tilstand og at tilbyde læserne den kvalitetsoplevelse de higer efter. Peter Linck, Kresten Schultz Jørgensen og skaren af journalister på dagbladet DAGEN var alle pinefuldt bevidste om de "dårlige nyheders" herredømme, og med visionen om at genskabe avisen og revolutionere

en konservativt stagneret medieverden tog de afsked med den trygge hverdag. På papiret udfyldte DAGEN et tomrum i det danske medielandskab, så hvorfor blev projektet ikke den succes man kunne have håbet og forventet? De økonomiske faktorer er naturligvis en vigtig del af forklaringen, men ydermere indvirkede en række "bløde" organisatoriske faktorer. Bærende elementer i avisens identitet og kultur var med til at gøre den sårbar.

Kulturfragmentation

Den centrale idé bag DAGEN var at genskabe avisen gennem et medie, der i alle aspekter var en revolution mod det eksisterende mediebillede. I et samfund, der er karakteriseret ved høj kompleksitet, stadig forandring og fragmentering eksisterer der et massivt behov for at signalere en klar identitet. Det handler om at være i stand til at kommunikere internt såvel som eksternt: *"Hvem er vi? Hvem er vi ikke? Hvor vil vi hen? Hvordan kommer vi derhen?"*. Blandt de lykkelige udvalgte herskede en følelse af, at det var "DAGEN mod alle de andre", og det skabte et overordnet behov for en stærk organisationskultur og klar identitetsfølelse. Drivkraften bag DAGENS identitet var denne dikotomiske tankegang, hvormed DAGEN konstituerede sig i forhold til det

omgivende mediesamfund som værende alt det de "gamle" aviser *ikke* var. Mening skabes ofte gennem binære modsætninger og internt definerer også subkulturer deres identitet i modsætning til resten af virksomheden eller andre subkulturer - den mest oplagte kulturdeling i en virksomhed opstår mellem ledelse og menig medarbejder.

Interviews med henholdsvis journalister og ledelse på DAGEN afslørede en kløft mellem flere subkulturer. I grove træk udspillede der sig konflikter på tre overordnede niveauer påvirket af magtforskelle og interessekonflikter (ledelse/journalist), professionelt tilhørsforhold (journalist/marketing/"Maskinrummet") og fragmentation baseret på demografi (unge mænd/kvinder). Det væsentligste forhold, jeg vil berøre, er kløften mellem på den ene side en gruppe unge journalister, der higede efter den rene revolutionære ide, konkret symboliseret ved en dominans af fortællende journalistik, og på den anden side en redaktionelt erfaren ledelse der søgte et kompromis, der også tilgodeså mere traditionelle elementer af avisen. Det fik en stærk indflydelse på kulturen og resulterede i en strid om avisens vision.

DAGENS interne og eksterne kommunikation kan forstås og vurderes ud fra den holistiske idé om *corporate branding*. Essensen er, at frem for at sælge håndgribelige produkter, handler virksomheder med livsstil og emotionel merværdi for at differentiere sig fra konkurrenterne. Fokus er på at gøre selve virksomheden til en mærkevare, og dermed opstår der lighedstegn mellem virksomheden og dens produkt/service. Det kræver en holistisk tankegang og en strategisk og konsekvent anvendelse af virksomhedens unikke identitet og værdier i al kommunikation - eksternt såvel som intern. Den holistiske tanke udmønter sig i et behov

for at strømline virksomhedens identitet, organisationskultur og de eksterne images. På DAGEN lykkedes det aldrig at skabe et helhedsbillede af virksomheden, tværtimod herskede en modsætningsfyldt holdning til den enkelte medarbejder. På den ene side besad journalisterne en høj grad af kreativ frihed og autonomi, men samtidig var de underlagt et omfattende "regelsæt", i form af en medarbejdermanual og et redaktionelt koncept, der dikterede enhver tankevirkosomhed og gav redaktionelle instruktioner ned til mindste komma.

Medarbejdernes ansvar og betydning var centralt i DAGENS samlede kommunikation og ledelse. Organisationsstrukturen var baseret på gennemsigtighed, gensidig respekt og en lighedstanke, eksponeret via åbne kontorlandskaber med transparente vægge ind til chefredaktørkontorerne. Den flade struktur dominerede i kontrast til den hierarkiske opdeling på andre aviser. Målet med den smidige organisation var at koordinere det strategiske og det operationelle niveau ved at forkorte vejen og dermed øge samspillet mellem ledende og skrivende parter. Coaching og videndeling var nøgleordene - med konnotationerne samarbejde og vejledning. DAGENS udførligt beskrevne vision og mission var exceptionel og havde til formål at styrke en fælles identitetsfølelse blandt medarbejderne. I teorien tjener disse statements en normativ og moralsk funktion, og en journalist pointerede netop behovet for, at ledelsen formulerer virksomhedens kerneværdier samt udstikker håndgribelige værktøjer til at implementere værdierne i det daglige arbejde. Imidlertid blev medarbejdermanualen snarere end hæmsko og ikke anvendt i det daglige arbejde, da den var beskrevet in absurdum og ikke skabte grobund for kreative udfoldelser, men derimod præstationsangst med sine per-

tentlige retningslinier. Balancen manglede.

Identitetsspaltning

Et andet af DAGENs væsentligste problemer var, at det aldrig lykkedes at skabe fuldstændig overensstemmelse mellem avisens identitets forskellige manifestationsfelter. Det teoretiske udgangspunkt for denne vurdering er, at en klar identitet danner grobund for en stærk fælles kultur; altså en forlængelse af *corporate branding* tankegangen helt ned i hver eneste konkrete detalje. Avisen som produkt er baseret på en forestilling om enhed mellem indhold og udtryk. Ydermere symboliserede DAGENs omgivelser, beliggenhed, arkitektur m.v. en klar kommunikation af virksomhedens identitet og værdier. Avisens eksklusivitet skulle kommunikeres i alt – med det sekundære formål at styrke loyaliteten blandt medarbejderne. Atter er det et spørgsmål om differentiering fra en medieverden, der er karakteriseret ved forfald. Hvor den fysisk-arkitektoniske identifikation lykkedes til perfektion, havde DAGEN vanskeligheder ved at skabe og sikre en samlet sproglig manifestation af fælles identitet. Gennem en markant synlig reklamekampagne kommunikerede DAGEN eksternt et værdisæt, der var gennemsyret af en arrogant og selvhøjtidelig tone: "*Et dyrt højrvævet dagblad med snob-appel*", "*Der er slet ikke nok begavede mennesker i Danmark*". Internt derimod var kommunikationen markeret af ydmyghed og opfordring til at opsøge kritik: "*Vær ydmyg – Ingen ved alt.*"; "*Opsøg kritik – Avisproduktion er et håndværk, ikke en kunst-
art.*" Der var altså ikke altid overensstemmelse mellem intern og ekstern kommunikation, hvilket strider imod retningslinierne for integreret kommunikation. Da interne og eksterne interessegrupper overlapper hinanden, kan man som udgangspunkt ikke skelne mellem

disse. Strategien bør være, at kommunikere de samme værdier og budskaber til medarbejderne som til forbrugerne, da medarbejderne også er eksponeret for den eksterne kommunikation. Disharmoni mellem intern og ekstern kommunikation er skadelig for medarbejdernes identifikation af og med virksomheden, idet de så skal distingvere mellem flere signaler, hvilket skaber risiko for spaltning. Helheden, arten og indholdet af virksomhedens kommunikationsprocesser påvirker den identitet, der projekteres til interessenterne.

Ledelsen formåede dog i høj grad at klargøre sin vision, og identiteten blev kommunikeret ensartet i størstedelen af DAGENs virke. Denne strømning har dog den paradoksale svaghed, at enhver afvigelse fra den fælles vision bliver ekstra tydelig. Sårbarheden er karakteristisk for den monolitiske identitetsstrategi, som DAGEN benyttede sig af – når en *del* kommer negativt til udtryk, påvirker det *helheden* negativt. Enkelte uheldige situationer kom til at stå klart frem som et generelt karakteristika og blev husket des tydeligere af medarbejderne.

Distinktionen der gav bagslag

Gennem sit virke beviste DAGEN sin eksistensberettigelse; at der var grobund for en stærk – næsten sekterisk – kultur; at her var en ledelse, der bevidst arbejdede med identitetsstrategi, samt en helt unik evne til at differentiere sig fra det dominerende mediebillete i "revolutionens navn". DAGEN adskilte sig tydeligt fra de øvrige medier, men tog adskillelsen med ind i virksomheden og formåede aldrig at skabe overensstemmelse mellem den fragmenterede kulturs to centrale fløje. Striden mellem revolutionære og traditionalister bestod til det sidste, men blev ikke fuldt anerkendt som et internt anliggende. Den klare adskillelse

fra omverdenen gav virksomheden en stærk ekstern identitet, men hæmmede det interne identitetsarbejde, idet enhed blev en forudsætning snarere end en målsætning. En erkendelse af

"huller" i samspillet mellem ledelse og medarbejdere var nødvendig for at skabe den helstøbte organisation, der netop var visionen fra grundlæggernes side.

Faktaboks

DAGEN udkom første gang d. 22. oktober 2002.

Det sidste eksemplar udkom 40 dage senere.

DAGEN havde en turbulent levetid; avisen blev konstant kritiseret for sine anderledes holdninger, men også beundret og hyldet for sine visioner.

Avisen havde en ambitiøs mission: "Dagen skal sætte nye standarder for fortællende journalistik, redaktionel prioritering, avisdesign, annoncesalg og moderne avissalg."

Denne artikel er skrevet på baggrund af et projekt som Cathrine Wahl gennemførte på kommunikationsbifagets kursus 7, Projektværksted, i samarbejde med Louise Gill i forårssemesteret 2003. Den oprindelige opgave har titlen "Identitets og kulturstudie af fænomenet DAGEN."

Arbejdet i Projektværkstedet giver de studerende mulighed for at udforske kommunikationsområder som har deres særlige interesse. Det er en lærerig chance for at komme 'indenfor' i en innovativ eller inspirerende virksomhed, skabe kontakter og arbejde dynamisk med en real-life case.

interview

Tre spørgsmål til professoren som vi gerne vil kalde "vores"

Af Elisabeth Halskov Jensen

Professorer er oppe i tiden – ethvert forskningscenter med respekt for sig selv må have mindst 1. Det er desværre ikke tilfældet for Center for Kommunikation, men *Comunicare* har snydt lidt og forsøgt at placere vores 'lokale' professor i erhvervsprog, Anne Marie Bülow-Møller, på landkortet.

Comunicare: Hvad vil det sige at være professor i dag?

Anne Marie Bülow-Møller: Professorer er ikke hvad de har været: de har lissom ikke samme aura. Jeg har akkurat oplevet et univers hvor professorer (og sågar deres fruer) blev tiltalt i tredje person. Der var kun en enkelt per institut. Men da Bertel Ståhle-rapporten kom i 1996 om bestanden af akademiske stillinger og mangelen på rotation og fornyelse, mener jeg man opererede med en målsætning der hed "en professor per syv lektorer", for professorater var de eneste stillinger man kunne få folk til at flytte efter. Så kom den lovgivning der tillader dekanen at vælge en ansøger fra et ansættelsesudvalgs uprioriterede bedømmelse, og så var der for første gang en mulighed for at komme fra formelle kompetencer til et sted hvor dekanen – over det niveau der hedder 'professorkompetence' – havde mulighed for at vælge det hoved der passede bedst til behovet. Det er en styrkelse, så længe man holder sig klar af enhver form for nepotisme.

Man skal efter mit bedste skøn kun opslå professorater hvis man har en plan med dem, dvs. en strategisk satsning. Her på Fakultetet skal vi have nogle professorer i

sprogvidenskab, nogle i (inter)kultur- og samfundsvidenskab, og nogle i kommunikation. Deres eventuelle fremmedsprogs-tilknytning er ikke tilnærmelsesvis så vigtig som dengang opdelingen gik på sprogområder. I den forstand ser jeg mig lidt som pladsholder: jeg skal ikke foregive at være ansat som professor i virksomhedskommunikation – det vil være et betydningsfuldt vitamintilskud i miljøet når vi får en.

Comunicare: Hvordan ser du din egen rolle i forbindelse med strategisk forskningsledelse i huset?

Anne Marie Bülow-Møller: Fakultetet har ret til at vente at dets professorer kan og vil lede forskningsprojekter. Det står simpelthen i opslagene nu om dage. Det vil de sikkert også gerne, men det ikke altid særlig nemt at se hvordan det skal kunne lade sig gøre. Min erfaring er at kollegerne, hvis de kan samles om en idé som de gerne vil forfølge, til stadighed bliver trukket i arme og ben og kommer og siger "Jeg kommer tilbage efter jul, når jeg har bedømt den her stak ansøgninger / skrevet kompendium til min nye undervisning / opfyldt mine forpligtelser over for et andet forskningsprojekt med en deadline". Jeg kan godt forstå hvis nogen

synes at det er meget nemmere at samarbejde ud af huset med en kær kollega et andet sted.

Men det går altså ikke i længden: jeg mener virkelig at vi skal til at vælge både til og fra, således at forskningen samles i større og mere synlig bunker, udsprunget af synlige miljøer og med nogle synlige resultater, så de andre kan få øje på os. Og det er jo alle tiders chance med centerformationen, også som ankerpunkt for samarbejde med kollegerne fra de gamle institutter. Så når forskningsledelsen – og den ligger hos institutlederne, det står utvetydigt i loven – har besluttet hvad jobbet går ud på, så vil det være en god idé at finde sammen. Eller en nødvendighed, rettere.

Comunicare: Hvad ser du som de mest lovende udviklingstendenser inden for kommunikation som fagområde?

Anne Marie Bülow-Møller: Hvis det kan få plads i Fakultetets strategiske satsning, så vil jeg gerne slå et alvorligt slag for den form for interaktiv kommunikation som jeg sidder med nu, og som jeg tror bliver et stærkt kort at spille når vi opgør

hvad vi har at tilbyde. Jeg sidder med kommunikationsaspekter af sociopsykologisk art – *impression formation, impression management, attribution processes* og andre uoversættelige ingredienser i beslutninger og påvirkningsstrategier. Der er ikke den professionelle genre hvor der ikke kan hentes vigtige indsigter fra det felt, og det går godt i spand med diskursstoffet, som vi traditionelt er meget bedre til, og med de retoriske og tekstanalytiske felter.

Men når jeg ser dette som et potentielt styrkeområde, så vil jeg altså ikke glemme at tilføje at de felter vi *virkelig* har brug for at satse på, kan vi ikke udvikle før vi har flere fastansatte personer der kan dem. Folk der ved noget om informationsgange i virksomheder og om kommunikation med allehånde interne og eksterne stakeholdergrupper; folk der er interessererede i hvordan formuleringer på mikroniveau kommer til at tegne strategier på makroniveau; folk der ved noget om forskellige mediers og kanalers indflydelse på kommunikationen, osv. Og så skal vi have startet nogle gode projekter på de felter.

Kunsten at skabe venlige brugere

Af Jonas Heide Smith, (jonas@autofire.dk) er ph.d.-studerende ved IT-Universitetet i København. Hans projekt er en undersøgelse af sociale dynamikker i flerbrugersystemer med særligt fokus på onlinespil.

Når to mennesker mødes på gaden har de et arsenal af muligheder for at vurdere hinandens troværdighed. Kropssprog, stemmeføring og sprogbrug er af største betydning når tillid skal etableres. Men disse 'cues' er nærmest ikke-eksisterende i computerunderstøttet kommunikation. Så hvad gør den designer, der søger konstruktiv og tillidsbaseret brugeradfærd?

Det var sådan set svært nok allerede. Softwareudvikling handlede i årtier næsten kun om forholdet mellem en bruger og vedkommendes maskine. Brugeren skulle, helst uden en doktorgrad i kryptografi, kunne skrive et dokument, tegne en graf eller vedligeholde et kundekartotek. Dette viste sig at kræve et omfattende samarbejde mellem dataloger og psykologer som sammen fandt hensigtsmæssige standarder for design af brugerflader. Når man i dag kan betjene en PC helt uden forståelse for dens bagvedliggende logik er det et resultat af dette vanskelige arbejde. Men det skulle blive sværere endnu.

Langsomt blev flere og flere maskiner forbundet til hinanden i netværk. Og det medførte et helt nyt problem: Andre brugere. Ikke blot skulle man nu tage højde for individuelle brugeres adfærd og psykologi – som systemudvikler blev man nu konfronteret med en hel række udfordringer af sociologisk og kommunikativ karakter. Et par eksempler: Hvordan tillader man folk at kommunikere effektivt uden kropssprog eller øjenkontakt? Hvordan forholder man sig til 'tavs viden' når man gerne vil samarbejde over nettet? World Wide Web satte fra midten af 1990erne problemerne på spidsen, men udfordringerne er de samme i f.eks. in-

tranetsystemer og computerspil med mange samtidige spillere.

Også et grundlæggende sociologisk spørgsmål blev pludselig yderst relevant: Hvordan får man folk til at opføre sig pænt overfor hinanden? At dette er et vigtigt spørgsmål var ikke umiddelbart oplagt for ret mange udviklere, der så det som deres opgave at levere *muligheder* og ikke at føre politik. Men erfaringerne talte for sig selv. Det ene demokratisk opbyggede diskussionssystem efter det andet blev udsat for misbrug og computer-understøttet samarbejde blev ramt af et vidensdelingsproblem: Det ville være fint hvis de andre gjorde det – men hvorfor skulle jeg bruge tid og kræfter på at dele min viden?

Lidt forsimplet kan systemudvikleren arbejde på to overordnede niveauer når han gerne vil tilskynde brugere af flerbrugersystemer til at opføre sig konstruktivt. Disse niveauer kan vi kalde henholdsvis incitament- og æstetikniveauet.

På incitamentniveauet skeler udvikleren til klassisk økonomi og statsteori og sørger for at venlighed betaler sig. Dette kan gøres på et utal af måder. Når det er mest primitivt kan systemets ejer smide den bruger ud, der ikke bidrager konstruktivt. Et dagblad har måske et digitalt

diskussionsforum og dem, der pjatter, "larmer", eller spreder racistisk propaganda (som mange aviser har oplevet det) bliver opdaget af en redaktør og smidt på den virtuelle port. Denne trussel får måske nogle til at holde sig i skindet, men kræver også omfattende ressourcer i form af en fuldtidsansat redaktør og garanterer ikke at alle 'syndere' opdages. En mere elegant og betydeligt billigere løsning går ud på at lade overvågningen være op til brugerne selv. Denne selvovervågning bygger på at brugerne har mulighed for at 'rate' hinanden når de interagerer, og en bruger med mange point får særlige privilegier. Dette har vist sig som en overordentligt effektiv løsning. På handelssiden www.e-bay.com sælger og køber folk alt fra kummefrysere til akvariefisk. Når to brugere gennemfører en handel har de mulighed for at vedhæfte en kommentar og en vurdering til hinandens profiler. For eksempel udbyder Bob en plæneklipper. Alice bestiller den, sender pengene som aftalt og modtager indenfor kort tid plæneklipperen. De vedhæfter rosende kommentarer hinandens profiler. Under hele transaktionen er Bob bevidst om at hvis han ikke opfører sig pænt skader han sine fremtidige muligheder i systemet. Denne viden bidrager til at han opfører sig hæderligt, og eftersom han ved at Alice er underlagt lignende vilkår plages han ikke af mistillid til hendes hensigter. Bob og Alice har noget på hinanden, og der er altså skabt en vis grad af tillid uden nogen form for kompleks interaktion. Et lignende system anvendes af boghandlen Amazon.com. Her finder mange brugere det attraktivt at skrive anmeldelser af bøger og for at højne kvaliteten af disse anmeldelser tillader systemet Bruger B at angive hvor brugbar hun finder Bruger As anmeldelse. Får Bruger A mange positive tilkendegivelser får han særlige privilegier (for eksempel fremhæves vedkommendes fremtidige

anmeldelser). Lignende, om end nogle gange mere komplekse, systemer anvendes med held af websites som it-supportforum'et www.eksperten.dk, www.epinions.com hvor brugere fra hele verden udveksler erfaringer med alskens produkter, og www.slashdot.org hvor brugere samler nyheder og erfaringer af teknisk karakter.

Man kan utvivlsomt komme langt i retning af favorabel brugeradfærd ved at fokusere på incitamentniveauet. Økonomer og tilstødende faggrupper har her en oplagt adgangsbillet til disciplinen softwaredesign. Men også kommunikatører af mere humanistisk overbevisning kan bidrage til at gøre cyberspace til et rart sted at være. Og her bevæger vi os over på æstetikniveauet. Hvor man på incitamentniveauet fokuserer på den bagvedliggende struktur, vil man på æstetikniveauet beskæftige sig med f.eks. visuel stil og sproglig tone – alt det som brugeren ser og hører. Den amerikanske litterat Janet Murray sætter vigtigheden af disse elementer i perspektiv med et godt eksempel: Gennem mange år har det været populært tidsfordriv indenfor forskningen i kunstig intelligens at udvikle såkaldte chatterbots. Chatterbots er programmer hvis eneste opgave er at indgå i dialog med mennesker, og helst virke så overbevisende som muligt. Jo mere den menneskelige samtalepartner er tilbøjelig til at tro at vedkommende chatter med et andet menneske jo bedre. En klassisk strategi er gået ud på at hælde en stadig større mængde ord og grammatiske regler i disse bots (sådanne strategier betegnes ofte "Good old fashioned AI"). Men Murray erfarede at en meget simpel bot faktisk havde overordentlig stor succes – nemlig *Psychotic Girlfriend*. Ved at give programmet dette navn havde udvikleren straks indskrænket den mængde af emner som brugerne var tilbøjelige til at snakke om, og samtidig gjort nogle me-

get begrænsede svar – a la "Hvordan kunne du gøre det?" – yderst realistiske. Trylleordet her er selvfølgelig kontekst. Systemudviklere har mulighed for, ved hjælp af metaforer og lignende, at skabe en kontekst som brugeren træder ind i. Og eftersom de fleste mennesker alt andet lige er tilbøjelige til at opfylde opfattede forventninger, har man her en meget effektiv måde at styre interaktionen på. Søger man at skabe et forum for oplyst, filosofisk debat er det smartere at skabe en visuel og sproglig ramme der henleder brugernes tanker på Antikkens Grækenland, end en der får dem til at tænke på skyttegravskrig. Måske er det banalt, men denne effekt udnyttes så godt som aldrig i designet af flerbruger-systemer. Disse systemer designes til stadighed på baggrund af meget tekniske opfattelser af kommunikation, populariseret for systemudviklere af blandt andre den danske ingeniør Jakob Nielsen. Her

opfatter man god kommunikation som effektiv overførsel af information og man søger, lidt forenklet fremstillet, at eliminere alt der ikke direkte understøtter det primære formål eller budskab. Sådanne opfattelser er yderst effektive når det handler om systemer hvor brugere ikke interagerer, f.eks. www.cbs.dk, men kan ikke stå alene når det handler om kommunikation, tillid og samarbejde. Og det handler det i stigende grad om. Det ligger i luften og afspejler sig direkte på kontoudskrifterne at internetbrugere finder værdi i kommunikation og interaktion og kun i ringere omfang er indstillet på at betale for det man traditionelt har kategoriseret som indhold, f.eks. avisartikler. At understøtte ønsket om behagelig interaktion kræver den rette kontekst, en kontekst, der bedst etableres på baggrund af tværfaglig forståelse og med deltagelse af velfunderede kommunikatører.

Det er mandag, klokken er 8.30, og efter en sidste briefing med introadministrationen og de øvrige vejledere har de mange vejlederteams travlt med at pynte op i deres lokaler. Flag på tavlen, kaffe, the og isvand, en båndoptager med lidt easy listening musik til at dulme nerverne hos de nye og sidst, men ikke mindst, sættes navneskiltet på intro T-shirten, så vi til enhver tid kan spores af en "russer" på afveje. Det er nu det gælder! Alle er vi klar over, at de nye er endnu mere spændte og nervøse end os, men vi er bestemt også spændte i denne ventetid. Om bare en halv time skal vi holde oplæg for godt 30 nye studerende med vidt forskellige baggrunde, forudsætninger og ikke mindst forventninger – både til introtrougen og til studiet, de nu skal starte på. Det siges, at man inden for et tidsrum af 7-30 sekunder danner sig et indtryk af de mennesker man møder. Et indtryk, der er meget svært at rokke ved, når først det er skabt, og det mindsker ikke ligefrem antallet af sommerfugle i maven. Mens vi går dagens program igennem en sidste gang, beroliger vi hinanden med, at det nok skal gå – vi kan jo vores stof: For selv om man hvert år i medierne hører skrækhistorier om introvejledere fra diverse studier, der stort set anser introforløbet som ét langt druk-marathon, kan BA intro bryste sig af at have en helt anden standard med et højt fagligt indhold. Gennem hele foråret har vi været til møder, hvor vi har lært om studiet på alle leder og kanter, haft seminar om præsentationsteknik, lært førstehjælp og desuden haft omfattende diskussioner om,

hvad det vil sige at være vejleder. Vi er alle bevidste om, at med intro T-shirten på er vi ikke individualister, vi er en helhed, hvor én vejleders dumhed vil påvirke de nye studerendes billede af vejlederne generelt. Samtidig har vi et ansvar over for Handelshøjskolen – for som studieleder Birthe Vesterli formulerede det, er vi over for de nye "lig med CBS" den første uge. Vi har mulighed for at øge motivationen hos dem, der starter med en "lunken" motivation og dermed sænke antallet af frafald, der i øjeblikket ligger på omkring 25 %. Vi skal hjælpe med at samle holdet både **socialt** og **fagligt**. Det sociale aspekt går bl.a. ud fra den opfattelse, at når man fungerer godt socialt, fremmes ens faglige motivation. Samtidig er ungdomsuddannelserne ikke bygget op omkring gruppearbejde, og det kommer derfor ofte som et chok for nye studerende, at vi her på CBS har gruppearbejde i stort set alle fag. Altså går vi ikke kun i retning af at få folk til at blive, vi skal også give et realistisk billede af, hvad det vil sige at være studerende her på CBS, så de, der tror at de skal læse engelsk litteratur finder ud af, at det skal de *ikke* og derefter så seriøst kan overveje, om de har valgt rigtigt.

Klokken er nu blevet 8:40 og vi går ned i forhallen med holdnummeret på en plakat for at få det første møde med vores "russere". Vi glæder os til at se dem og lære dem at kende. Indgangen er spækket med lyseblå T-shirts. Medvejlederne får et sidste knus, og fornemmelsen i maven er fantastisk. Det sammenhold der er blevet skabt vejlederne imellem er ubeskri-

veligt. Det er mennesker, man sandsynligvis aldrig ville have vekslet et ord med i hele ens studietid, hvis ikke det var for BA intro. Bare tanken om ikke at have mødt alle disse fantastiske mennesker,

får det til at gøre helt ondt i maven – eller måske er det faktisk i hjertet?

I forrige udgave af *Comunicare* fik jeg stillet spørgsmålet som fremgår af dette indlægs titel. Jeg forsøger nedenfor først at besvare dette spørgsmål, altså give et bud på hvordan mine støvler kan have en tekstuel betydning. Dernæst forsøger jeg at fremføre et par argumenter for hvorfor det overhovedet er rimeligt at acceptere så bredt et tekstbegreb*.

I en dagligsprøglig sammenhæng refererer begrebet tekst for de fleste formodentlig til skreven tekst og måske også for nogen til talt tekst, altså det vi siger. Imidlertid har tekstbegrebet med tiden fået en bredere betydning i hvert fald i en akademisk sammenhæng idet det har undergået en udvikling fra at referere udelukkende til det skrevne ord til at være et meget bredt begreb der dækker alle meningsfulde livsytringer. Som livsytring kan betragtes enhver meningsbærende menneskelig manifestation. Det er en meget bred tekstdefinition, og den hænger sammen med en antagelse om at mennesker grundlæggende forholder sig fortolkende til deres tilværelse; de så at sige 'læser' verden. Når jeg nu i skrivende stund kaster et blik hen i den anden ende af rummet hvor jeg får øje på mine støvler som jeg efterlod der forleden, så er støvlerne tekst. Umiddelbart er støvlerne selvsagt støvler, dvs. en sammensætning af fysiske materialer der er forarbejdet med en bestemt brug for øje. Men når jeg ser dem, indebærer de også betydning. Det kan f.eks. være betydning i den særlige form vi kalder identitet. Klæder skaber folk, og vi skaber og udtrykker vores identitet bl.a. i kraft af vores på-

klædning. Støvlerne bliver med andre ord en del af teksten *Jens*. At brugen af fodtøj og dens betydning så langt overskrider det rent praktiske formål at beskytte kroppen illustreres bl.a. af Eleanor Margolies der beskriver hvordan "the history of shoe design provides many examples of a slide from a 'practical' function of protection to a 'signifying' function of social status"¹. Vi finder fodtøjets sociale funktion og signalværdi dokumenteret gennem historien fra antikken til vores egen tid og verden hvor f.eks. det at sige træskostøvler til en der husker 70'erne givet vil fremmane ganske bestemte konnotationer hos vedkommende² - "were those boot made just for walking", kan vi spørge med Margolies. Men selvom fodtøjets betydning på den ene side overskrider den rent praktiske brug og til tider deci-

* Indlægget er en bearbejdning af afsnittet om tekst i kapitlet 5 om hermeneutik i Jensen & Olesen (eds.): *Teksten univers*, Klim, Århus 2003

¹ Eleanor Margolies: *Were those boots made just for walking? Shoes as performing objects en everyday life and in the theatre*, in *Visual Communication*, vol. 2(2): 169-188, Sage publications, London 2003.

² I det hele taget berører sko eller billeder med sko mange aspekter af livet ('stille træskoene', 'kridte skoene'), og vi kan karakteriseres af fodtøj ('tøffel-helt').

deret tenderer det direkte upraktiske, er den på den anden side ikke fuldstændigt løsrevet fra denne praktiske brug. Margolies beskriver hvordan også skos mest ekspressive udtryk som oftest har et udspring i funktionalitet. Der er et dialogisk forhold mellem disse to sider af sagen, og "når vi bærer sko er vi til dels styret af skoens fysiske form og deres konventionelle betydning, og til dels skaber vi deres mening ved at vælge hvordan vi vil bære dem". F.eks. er 'cowboy-støvlen, et modefænomen der med jævne mellemrum vender tilbage i bybilledet, et eksempel på en oprindelig funktionalitet der med tiden har fået sin løsrevne æstetiske betydning. Støvletypen, der er temmelig karakteristisk, er oprindelig designet med henblik på beredne korøgere i Amerika, og har nogle særlige træk der gør den temmelig upraktisk i andre sammenhænge. Imidlertid erhverves den ofte til fortovsbrug i den indre by i København fordi den udtrykker en (prærie?)agtig sejhed det ellers kan være vanskeligt at opdyrke på Højbro Plads.

Det er på samme baggrund at jeg kan gå ind i en skoforretning for at købe sko, og når ekspedienten foreslår et bestemt par, så svare, at 'nej, de er ikke lige mig'. Det svar skyldes i de fleste tilfælde ikke ortopædiske karakteristika ved skoene, men at den betydning jeg forbinder med skoene, ikke stemmer overens med min forståelse af mig selv. Også vores medmennesker læser vi som tekst bl.a. i kraft af deres påklædning. Det kommer til udtryk i mange sammenhæng og i vid udstrækning i vores daglige livsvisdom. Vil vi gøre et godt førstehåndsindtryk på andre mennesker, så er påklædningen et af de steder vi sætter ind.

Hele denne måde at se verden som tekst har bl.a. sit udspring i en hermeneutisk

tankegang³, og det forklarer også til dels hvorfor det oprindelige tekstbegreb stadig tjener som model. Den hermeneutiske grundsituation kan formuleres som "den situation hvor jeg konfronteres med en tekst der ikke umiddelbart giver sin mening fra sig"⁴. For hermeneutikken vil forståelsens genstand altså fremstå som tekst eller et materiale, der kan sammenlignes med tekster, idet fortolkninger af livsytringer generelt kan sammenlignes med at udlægge betydningen af skrevne tekster. Set i lyset af dette brede tekstbegreb kan forståelsens genstand være såvel personer og deres handlinger som resultatet af disse handlinger, og den kan være helt andre ting for så vidt de giver mening. Denne måde at opfatte tekst på minder ikke så lidt om den moderne semiotiks "totalsemiotiske" standpunkt, men det vil trods alt være overdrevet at tale om et hermeneutisk totaltekstuel standpunkt. Ganske vist er verden for hermeneutikeren tekst så længe den er meningsfuld, men tekst er altså netop et udtryk for mening, og det ikke-meningsfulde ytrer sig med andre og ikke som tekst. Hvis jeg f.eks. falder i vandet, vil jeg instinktivt forsøge at komme op til overfladen for at trække vejret; det er der intet i hermeneutisk forstand betydningsfuldt ved. Det er først efterfølgende når jeg i lyriske vendinger beretter om dramaet, dvs. sætter ord på hændelsen, at den bliver meningsfuld, f.eks. som en bekræftelse af de andres opfattelse af mig som særlig klodset.

Til begrebet tekst knytter sig desuden idéen om kontekst. Hermeneutikkens grundsætning er at tekster ikke forstås af sig selv; tekster skal forstås af nogen. Denne grundsætning følges af en anden,

³ Hermeneutik er betegnelsen for fortolkningslæren.

⁴ Jesper Gulddal & Martin Møller: *Hermeneutik – en antologi om forståelse*, Gyldendal, København 1999.

tekster forstås ud fra kontekster. For nu at vende tilbage til støvlerne eller mere generelt fodtøjet så foregår konstitutionen af deres betydning ikke isoleret, men i relation til en sammenhæng, der kan være de øvrige beklædningsgenstande, måden hvorpå fodtøjet bæres, lejligheden hvortil det specifikke fodtøj er valgt etc. Vi anvender vores viden om disse kontekstuelle betydningsrammer dagligt i vores valg af beklædning såvel som i udtrykeliggørelsen af modens konventioner, som Margolies siger.

At beskrive og definere kontekst er dybest set et paradoks. Konteksten er et fænomens sammenhæng, altså den sammenhæng som fænomenet beskrives i forhold til, og er for så vidt alt det som ikke er fænomenet selv, men som fænomenet refererer til. Når et fænomens sammenhæng er alt det som ikke er fænomenet selv, men som fænomenet dog refererer til, så er sammenhængen ret beset alt lige på nær fænomenet selv fordi fænomenet som fænomen i verden henviser til denne verden enten direkte eller indirekte (det forudsætter naturligvis at vi antager at der er en slags gennemgående sammenhæng i verden – men den diskussion vil bryde rammerne for dette indlæg). Når vi fremdrager og belyser og ekspliciterer kontekst, så strukturerer vi sammenhængen – dvs. verden – og accentuerer udvalgte dele af den. Men vi tematiserer den dermed også og gør den til tekst, således at den ikke mere bare er kontekst i betydningen mulig sammenhæng. Den bliver den struktur uden hvilken vores tema, altså vores oprindelige tekst, ikke giver mening fordi mening er relationel. Vi kan tale om at foretage en kompleksitetsreduktion gennem segmentering idet verden, der som baggrund er uendelig, må reduceres således at vi kan arbejde med den. Tekstbegrebet forstås som fokus på et frag-

ment af verden, men fokus er netop at relatere dette fragment til en kontekst hvorved tekst og kontekst bliver hinandens betydningskonstituent. Kontekst er med andre ord en ekspliciteret fortolkningshorisont fordi den er den omkreds af henvisninger som fortolkningen bredt refererer til. Kontekst kan vi præcisere som tekstualiseret perspektiv.

De betragtninger der her fremføres, om tekst og kontekst som meget brede begreber er sådan set ikke særligt kontroversielle i en moderne humanistisk sammenhæng (eller samfundsvidenskabelig for den sags skyld). At betragte livsytringer, meningsfulde handlinger og deres resultater, som tekst – eller i hvert fald som fænomener der har analoge træk til tekst i en mere traditionel forstand – er hverdagsforbehold i menneskevidenskabene. Et hensigtsmæssigt omfang af et indlæg som dette tillader ikke at vi foretager en historisk udredning af tekstbegrebet, men vi kan dog fremdrage et par argumenter for rimeligheden i at operere med et så bredt tekstbegreb som tilfældet er her.

Hele grundlaget for at hævde at livsytringer kan siges at have en tekstuel karakter er som nævnt antagelsen om at menneskelige livsytringer ligesom tekster (der vel også er livsytringer) har et betydningsindhold, og at de på sæt og vis kan læses som vi læser skreven tekst. Paul Ricoeur opstiller nogle kendetegn for tekst som han hævder går igen i livsytringer og befordrer deres læsbarhed⁵.

Der sker, siger Ricoeur, en slags fastfrysning af livsytringen når vi gør den til ob-

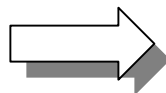
⁵Den ricoeurske inspiration hentes i Paul Ricoeur: *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*, Seuil, Paris 1986. Af hensyn til den givne sammenhæng for dette indlæg er det en stærkt forsimplet udgave af Ricoeurs argument der fremføres her, *hélas!*

jekt for vores undersøgelse der svarer til fastholdelsen af diskurs i tekst. Det er relativt indlysende når vi betragter støvlerne ovenfor, men det gælder altså også handlingen, dvs. f.eks. produktionen af støvlerne eller erhvervelsen af dem. Samspillet mellem vores distancerende objektivisering af handlingen og det at handlingens mønstre henviser til mere generelle strukturer der ligger ud over den specifikke handling, gør at betydningen af en livsytring så at sige løsriver sig fra den konkrete hændelse eller det konkrete resultat. På samme måde kan man sige at livsytringen løsriver sig fra 'sin' aktør og "udvikler sine egne konsekvenser. Og det er denne den menneskelige handlings autonomi der konstituerer handlings sociale dimension"⁶. Handlingen 'indskriver' sig i en sociohistorisk dimension.

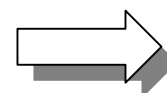
Det kan synes meget at lade mine gamle støvler være manifestationen af en sociohistorisk dimension, men ikke desto mindre er de jo en del af fodtøjets historie såvel som udtryk for social positionering mm., og i denne overskridelse af de umiddelbare forhold og den øjeblikkelige situation refererer disse efterhånden hårdt belastede støvler til en verden og menneskelige livsytringer som sådan. Endelig henvender støvlerne sig i egenskab af tekst – eller muligt tekstlignende fænomen – til et ubegrænset antal 'læsere'. Livsytringen er, ligesom teksten, præget af åbenhed, og som åben tekst er den henvendt til alle som kan 'læse'. Derfor kan jeg som bestøvlet skribent heller ikke siges at have en privilegeret ret til at udlægge betydningen af mine støvler.

Vi anvender altså tekst som modelbegreb for at sige noget om måden hvorpå vi i humaniora – men egentlig også i en vis forstand i vores daglige liv – forholder os

til livsytringer generelt. Hermed vil jeg overlade læseren til hans eller hendes egne refleksioner og udredninger med en omskrivning af Margolies' titel: No, those boots were definitely not made *just* for walking.



Jeg vil gerne give stafetten videre til ph.d.-stipendiat Jonas Gabrielsen med spørgsmålet: "Hvad er et eksempel egentlig?"



⁶ Ricoeur 1986.

Guderne skal vide, at det er mange år siden, jeg gik i folkeskole. Så derfor undrer det mig også en gang i mellem, at den tid kan stå så lysende klart for mig. Specielt når man tænker på, at jeg ikke kan huske, hvad der skete i sidste uge. Det kan godt være, at alt den fokus på mobning har sat skub i tankerne; var jeg mobber eller offer?? Jeg kan ikke huske, at der var nogen fra vores klasse, der var specielt udsat. Men jeg kan til gengæld huske perioder i skoletiden, hvor alle i klassen var ofre. Det var i lektor Blommes timer. Selvfølgelig hed han ikke Blomme, men Hermannsen, og han var ikke lektor, men viceinspektør. Men det er kun detaljer. Magen til satan skulle man lede længe efter. Når han kom gående ned ad gangen i en grålig tåge af cigarrøg, veg eleverne tilbage. Man hverken løb eller talte sammen, når man passerede Hermannsen, for hvis man bare gjorde den mindste antydning til en foreteelse, var han der straks, og straffen kom prompte, i form af et kæmpebrøl lige ind i hovedet. - Nå, så vi har så travlt, at vi skal løbe, hva', brølede Hermannsen. Det var jo teknisk set et spørgsmål, men man var udmærket klar over, at man ikke skulle svare. - Man ved måske ikke, at man ikke må løbe på gangene, hva', fortsatte Hermannsen. Jo, nikkede man, det vidste man jo godt, man ikke måtte. - Kan man så huske det til en anden gang, hva', tordnede Hermannsen og pustede cigarrøg i hovedet på en og luntede videre.

Ham havde vi i matematik.

"Nu dages det brødre, det lysner i øst", brølede Hermannsen som godmorgen hilsen til klassen. Han var en god social-

demokrat. Derefter skulede han ud over klassen, med et satanisk grin.

Hvem skal vi så høre i dag, grinede Hermannsen og fiskede den lille sorte bog frem. Der kom ikke en lyd fra klassen. - Tine, brølede Hermannsen, mens han kiggede på Lone. Han var lumsk, var han. Lone var lettet, og jeg rejste mig med skælvende knæ. Vi blev ikke hørt i alfabetisk rækkefølge, og dem, der gik fri, vidste at det var en Pyrus-sejr, deres tur ville også komme. - Nå du unge kvinde, udøs af din viden, og fortæl mig med klar røst, hvad omkredsen af en cirkel er, sagde Hermannsen, vel tilbagelænet, mens han tog lommeuret frem for at holde øje med, hvor mange minutter han havde tilbage til at ydmyge en i.

Jeg klarede mig igennem, da jeg altid har været nogenlunde til matematik.

Men der var elever, der gik grædende ned fra tavlen, mens Hermannsen brølede: Du nægter at løseopgaven, hva'. I stedet har at hjælpe eleven på vej, Sådan en idiot.

Ungdomsoprøret var vel overstået, og det passede lige med, at der kom et helt hold friske langhårede skolelærere fra seminaret til vores skole. En af dem hed Arne med tilnavnet "hønsestrikken". Vi så ham lidt som en redning. Måske en allieret. Om det var hans kone eller ham selv, der havde strikket blusen i orange og lilla nuancer vides ikke. Men det var i hvert fald Arne, der havde vasket den forkert. Og som følge deraf gik rundt med en tætsiddende strikbluse, der gik til navlen. Arne var langhåret, havde sygekassebriller og gik i fløjlsbukser med svaj. Arne bad klassen om at være **søde**

at sætte sig ned og var utrolig nem at bringe ud af kurs. Hver eneste gang han skulle begynde undervisningen, var der en der spurgte til hans gravide kone, eller hvordan hans "id" havde det i dag. Hvorefter Arne fluks gik i gang med at fortælle om deres sidste besøg hos jordemoder eller tegnede et æg på tavlen. Det hele foregik i tysktimerne. Så da jeg begyndte i gymnasiet, havde jeg ikke skrevet en eneste tysk stil, hvilket også omgående viste sig i min karakter.

Nu ville skæbnen, at vi skulle spille skolekomedie i 9. klasse. "Hønsestriken" skulle instruere, mens lektor Blomme skulle dirigere musikken. Med andre ord: de skulle arbejde sammen.

Jeg kan huske, at vi var spændte på, hvordan det ville gå, om de kunne enes. Og hvad skete der så! De faldt sammen i skøn symbiose. Selvom Arne grinede lidt ad Hermannsen og gerne overfor os elever gav indtryk af, at han var lidt antikveret. Så var "Arne Hønsestriken" noget så flink overfor viceinspektør Hermannsen og gav ham evig ret i alt, hvad han sagde. Vi følte os lidt forrådt. Vi troede, at

vi havde fundet en forbundsfælle i Arne. Vi havde betroet Arne ting om de andre lærere, som han ikke vidste, og fortalt ham vittigheder i frikvartererne, som han grinte højlydt af.

Arne havde med garanti skyndt sig op på lærerværelset og fortalt alting videre. Han havde sikkert også fortalt vittighederne videre som sin egne.

Hvad kan man så tilsyneladende lære af sådan en gamle historie fra min skoletid. Tro mig, en ting har ikke ændret sig, og det er, at underviserne, uanset alder, køn, race og religiøs overbevisning i sidste ende altid holder sammen mod eleverne. Fald ikke for deres smiger, **vogt dig**.

PS. Det er ikke så langt tid siden, jeg mødte Arne Hønsestriken ved mælken i Irma, og han fik selvfølgelig en balle for at være illoyal overfor sine elever, om end han skulle have haft den for 25 år siden. Men bedre sent end aldrig.