

PUBLIC RELATIONS:

P E R S P E K T I V E R  
&  
P A R A D I G M E R

ET INTERSUBJEKTIVT OG ET SOCIALSYSTEMISK  
PUBLIC RELATIONS PARADIGME -  
PUBLIC RELATIONS FORTOLKET UD FRA SYSTEMTEORIEN  
(NIKLAS LUHMANN)  
I OPPOSITION TIL DEN KRITISKE TRADITION  
(JÜRGEN HABERMAS).

Public Relations Speciale, Roskilde Universitetscenter  
Susanne Holmström - 1996  
Internetudgave 1999

Dette speciale modtog  
Confédération Européenne des Relations Publicques  
CERP Educations'  
1. pris for bedste kandidatafhandling i public re-  
lations,  
the European Public Relations Educational Award,  
1998

Speciale i Public Relations  
Susanne Holmström  
Roskilde Universitetscenter - april 1996  
Vejledere: Inger Jensen og Uwe Geist  
Tak også til Niels Åkerstrøm Andersen og Asmund Born

Specialet er udgivet på Forlaget Samfundsøkonomi og  
Planlægning,  
Roskilde Universitetscenter 1997

Dette er en Internet-udgave 1999  
[www.susanne-holmstrom.dk](http://www.susanne-holmstrom.dk)  
[sh@susanne-holmstrom.dk](mailto:sh@susanne-holmstrom.dk)

© Susanne Holmström 1996

**DET INTERSUBJEKTIVE OG DET SOCIALSYSTEMISKE**  
**PUBLIC RELATIONS PARADIGME**

MED UDGANG I HENHOLDSVIS  
JÜRGEN HABERMAS' TEORIER OM  
DEN BORGERLIGE OFFENTLIGHED OG DEN KOMMUNIKATIVE HANDLEN  
OG NIKLAS LUHMANN'S VIDEREUDVIKLING AF SYSTEMTEORIEN  
MED AUTOPOIESIS-TESEN  
SKITSERER DETTE SPECIALE  
TO REFLEKSIVE PARADIGMER FOR PUBLIC RELATIONS  
FORSTÅET SOM ET SÆRLIGT SOCIALT HANDLINGSMØNSTER.

DET ER PARADIGMER,  
DER ANTYDER FORSKELLIGE FORTOLKNINGER  
BÅDE AF PUBLIC RELATIONS' ROLLE I KOORDINERINGEN AF SOCIAL ORDEN,  
OG AF PUBLIC RELATIONS UDØVERENS HANDLINGSRUM.

I DET HABERMAS-INSPIREREDE INTERSUBJEKTIVE  
PUBLIC RELATIONS PARADIGME  
(SOM OGSÅ KUNNE KALDES DET ETISKE, DET KOMMUNIKATIVE  
ELLER DET NORMATIVE PARADIGME)  
ER FORMÅLET LEGITIMERING AF ORGANISATORISKE AKTIVITETER,  
OG DEN ULTIMATIVE SAMFUNDSOPGAVE ER INTEGRATION.

I DET LUHMANN-INSPIREREDE SOCIALSYSTEMISKE  
PUBLIC RELATIONS PARADIGME  
(SOM OGSÅ KUNNE KALDES DET FUNKTIONELLE, DET REFLEKSIVE  
ELLER DET KOGNITIVE PARADIGME)  
ER FORMÅLET AT SKABE TILLID TIL ORGANISATORISKE AKTIVITETER,  
OG DEN ULTIMATIVE SAMFUNDSOPGAVE ER AT SIKRE INTERAKTION,  
MEN SAMTIDIG BEVARE DESINTEGRATIONEN.

## INDHOLD

	SIDE
<b>DEL I -</b>	
<b><u>PERSPEKTIV: PUBLIC RELATIONS PARADIGMER</u></b>	<b>7-27</b>
<b>Kapitel 1: En metateoretisk, reflektiv tilgang</b>	<b>8-10</b>
1.1 En samfundsvidenskabelig forankring	8
1.2 Det differentierede samfund	9
<b>Kapitel 2: Samfundsvidenskabelige teoriparadigmer</b>	<b>11-16</b>
2.1 Habermas: Det kommunikative handlingsparadigme	12
2.2 Luhmann: Det socialsystemiske paradigme	13
2.3 Teoriparadigmernes hovedforskelle	15
2.4 Public relations paradigmer	16
<b>Kapitel 3: Perspektiver på virkeligheden</b>	<b>17-19</b>
3.1 Code of Athens	17
3.2 Excellence in Public Relations	18
<b>Kapitel 4: Problemformulering</b>	<b>20-22</b>
<b>Kapitel 5: Perspektiver</b>	<b>23-25</b>
5.1 2. ordens iagttagelse	23
5.2 Perspektivvekslen	23
5.3 Metode	24
<b>Kapitel 6: At gøre det enkle kompliceret - eller indfange større kompleksitet</b>	<b>26</b>
<b>DEL II</b>	
<b><u>JÜRGEN HABERMAS: DET INTERSUBJEKTIVE PARADIGME</u></b>	<b>27-52</b>
<b>Kapitel 1: Den borgerlige offentlighed</b>	<b>29-37</b>
1.1 Privat vs. offentlig	30
1.2 Offentlighedens forfald	32
1.3 Offentlighedens rekonstruktion	34
1.4 Public relations i offentligheden	35
<b>Kapitel 2: Den kommunikative handlen</b>	<b>38-49</b>
2.1 Systemet som aflastning af livsverdenen	38
2.2 Systemet som belastning af livsverdenen	40
2.3 Sprogets rolle og dialogens principper	42
2.4 Aktør eller observatør - deltager eller tilskuer	43
2.5 Asymmetrisk eller symmetrisk kommunikation	45
2.6 Public relations mellem system og livsverden	51
<b>Kapitel 3: Et perspektiv på public relations</b>	<b>50-52</b>

	SIDE
<b>DEL III</b>	
<b><u>NIKLAS LUHMANN: DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME</u></b>	<b>53-119</b>
<b>Kapitel 1: Luhmanns teori om sociale systemer</b>	<b>58-74</b>
1.1 Komplexiteten	59
1.2 Mening og meningsgrænser	60
1.3 Kommunikation	61
1.4 Autopoiesis og lukket/åbenheden	64
1.5 Iagttagelse	65
1.6 Strukturel kobling	66
1.7 Refleksion	67
1.8 Koder/symbolmedier	71
1.9 Implikationer	73
<b>Kapitel 2: Refleksion som social handlingsmaksime</b>	<b>75-92</b>
2.1 Ingen enhed for samfundet	75
2.1.1 Luhmanns position	76
2.2 Gensidig refleksion som kontekstregulering	77
2.2.1 Forhandlingssamfundet	80
2.2.2 Luhmanns position	81
2.3 Offentligheder	82
2.3.1 Den offentlige mening som adfærdsregulator	84
2.3.2 Et funktionssystem for offentlig kommunikation	85
2.3.3 Samfundsansvarlighed som symbolmedie	86
2.4 Tillid	88
2.5 Et perspektiv på public relations	90
<b>Kapitel 3: Public Relations som refleksiv struktur</b>	<b>93-108</b>
3.1 Offentlig tillid	94
3.2 Offentlige relationer	95
3.3 2. ordens iagttagelsen	96
3.4 Den refleksive opgave	97
3.5 Den ekspressive opgave	99
3.6 Andre systemteoretiske public relations ansatser	101
3.6.1 Franz Ronneberger & Manfred Rühl	101
3.6.2 Ragnwolff Knorr/Werner Faulstich	102
3.6.3 Klaus Merten	105
3.6.4 Christensen, Falck og Skadhauge	106
3.6.5 Konklusion	107
<b>Kapitel 4: Et perspektiv på public relations</b>	<b>109-111</b>
4.1 Mellem autonomi og interaktion	109
4.2 Public relations strukturer i en foranderlig verden	110

	SIDE
<b>Del IV</b>	
<b><u>PARADIGMER PÅ PRAKSIS</u></b>	<b>113-145</b>
<b>Kapitel 1: Funktionen offentlighedsarbejde</b>	<b>115-121</b>
1.1 Selvstændighed og regulering	115
1.2 Det styrende rationale	116
1.3 En strategisk omverden	117
1.3.1 Risikokommunikation	119
1.3.2 Strukturel irritation	120
1.4 Afrunding	121
<b>Kapitel 2: Udøverens etiske ansvar</b>	<b>123-127</b>
2.1 At være menneske eller person	123
2.2 Mennesket som omverden for systemerne	124
2.3 Afrunding	126
<b>Kapitel 3: Symmetrisk kommunikation</b>	<b>128-133</b>
3.1 Strategisk symmetri	129
3.2 Konsens eller dissens	131
3.3 Symmetrisk kommunikation i et systemteoretisk perspektiv - gensidig refleksion	132
3.4 Afrunding	133
<b>Kapitel 4: Etik eller funktion</b>	<b>134-135</b>
4.1 Idealet som funktion	134
4.2 Etik er effektivt	134
<b>DEL V</b>	
<b><u>PERSPEKTIVER PÅ PARADIGMERNE</u></b>	<b>137-162</b>
<b>Kapitel 1: De blinde pletter</b>	<b>138</b>
<b>Kapitel 2: Perspektivvekslen</b>	<b>139-150</b>
2.1 Integration eller interaktion	139
2.1.1 Det intersubjektive perspektiv: Fri- eller fremmedgørende	139
2.1.2 Det socialsystemiske perspektiv: Af- eller belastning af interaktionen	139
2.2 Etik og funktion - kommunikativ handlen og strategisk refleksion	140
2.2.1 Det intersubjektive perspektiv: Etisk kommunikativ handlen	141
2.2.2 Det socialsystemiske perspektiv: Funktionel strategisk refleksion	141
2.2.3 Symmetrisk kommunikation: Kommunikativ handlen eller gensidig refleksion	143
2.3 Offentligheden	144
2.3.1 Det intersubjektive perspektiv: Den borgerlige offentlighed	144
2.3.2 Det socialsystemiske perspektiv: De offentlige kommunikationsprocesser	145

	SIDE	
2.3.3	Hvad er egentlig forskellen?	146
2.4	Legitimitet eller offentlig tillid	147
2.5	Bevidst deltager eller redskab for socialsystemer	147
2.6	2. ordens perspektiv på public relations	148
 <b>Kapitel 3: Erkendelsesinteressen</b>		 <b>151</b>

**REFLEKSIV ESKURS:**

**SYSTEM, INTERAKTION ELLER KOMPLEKSITET?**

153-155

**BILAG**

**Kilder og litteratur**

**Systemteoretisk ordbog**

# I PERSPEKTIVET: PUBLIC RELATIONS PARADIGMER

DETTE SPECIALE HAR SOM AMBITION AT SKITSERE NOGLE MULIGE FORTOLKNINGER AF FÆNOMENET PUBLIC RELATIONS, FORSTÅET BÅDE SOM EN SPECIFIK SOCIAL RELATION OG SOM EN SPECIFIK SOCIAL AKTIVITET, DER I TILTAGENDE GRAD INSTITUTIONALISERES SOM EN ERHVERVSPRAKSIS.

FÆNOMENET ER INDTIL DE SENERE ÅR HOVEDSAGELIGT STUDERET OG BESKREVET INDEN FOR PRAKSISORIENTEREDE RAMMER. DETTE SPECIALE SIGTER DERIMOD PÅ AT BIDRAGE TIL DEN GRYENDE METATEORETISKE FORSKNING I PUBLIC RELATIONS UD FRA SAMFUNDSVIDENSKABELIGE, ISÆR SOCIOLOGISKE TEORIER.

MÅLET ER AT INDKREDSE NOGLE MULIGE FORSTÅELSESRAMMER FOR PUBLIC RELATIONS I NUTIDSSAMFUNDS SOCIALE ORDEN.

TIL DET FORMÅL ER VALGT HHV. JÜRGEN HABERMAS' TEORIER OM BORGERLIG OFFENTLIGHED OG KOMMUNIKATIV HANDLEN, OG NIKLAS LUHMANN'S UDVIKLING AF SYSTEMTEORIEN MED AUTOPOIESIS-TESEN. DE KONTRASTERER HINANDEN, MEN BEHANDLER I VID UDSTRÆKNING SAMME MOTIVER - MOTIVER, SOM ER AF CENTRAL BETYDNING FOR FORTOLKNINGEN AF PUBLIC RELATIONS: SAMFUNDETS STRUKTUR OG PROCESSER; HERUNDER MENNESKETS ROLLE I DE SOCIALE RELATIONER; KOMMUNIKATIONENS KARAKTER OG SPROGETS ROLLE; OG HELT GRUNDLÆGGENDE: FORNUFTENS ART.

LUHMANN ER VALGT I OPPOSITION TIL DET FORSKNINGSPROGRAM BASERET PÅ HABERMAS, DER ER UDVIKLET PÅ ROSKILDE UNIVERSITETSCENTER.

HABERMAS ER EN FYLDIG FORSTÅELSESRAMME FOR DEN ETISKE IDEALFORESTILLING, DER RÅDER BLANDT PUBLIC RELATIONS UDØVERE. MED HABERMAS STILLES DER ETISKE KRAV TIL UDØVEREN OM KOMMUNIKATIV FREMFOR STRATEGISK HANDLEN. HER ER DET MIN PÅSTAND, AT PUBLIC RELATIONS PRAKSIS SOM ORGANISATORISK HANDLEN GRUNDLÆGGENDE TAGER EN STRATEGISK UDGANG OG DERFOR I EN HABERMASK TEORIRAMME VIL BLIVE DØMT SOCIAL UACCEPTABEL - ILLEGITIM. DERFOR OPSTÅR BEHOVET FOR ANDRE SAMFUNDSTEORETISKE PERSPEKTIVER FOR EN MERE NUANCERET FORTOLKNING AF PUBLIC RELATIONS FÆNOMENET.

MED LUHMANN ER DET SPECIALETS AMBITION AT UNDERSØGE, OM VI VED AT ANLÆGGE ET SYSTEMTEORETISK PERSPEKTIV PÅ PUBLIC RELATIONS KAN INDFANGE FÆNOMENET MERE DÆKKENDE END I ET HABERMASK PERSPEKTIV; ELLER INDFANGE PUBLIC RELATIONS MERE DÆKKENDE VED AT SUPPLERE DE TO PERSPEKTIVER I IAGTTAGELSEN AF PUBLIC RELATIONS.



## **1. EN METATEORETISK, REFLEKSIV TILGANG**

Public relations<sup>1</sup> er i disse år ved at udvikle sig fra et før-teoretisk fag til en videnskabeligt funderet profession. Nok er det mere end 40 år siden, den første bog om public relations udkom<sup>2</sup>, og mange er kommet til, og adskillige af disse bøger fremkommer med teorier om, hvorledes public relations bør udøves. Men det er overvejende normative antagelser baseret på isoleret praksisviden og på know-how, hvor en erkendelsesteoretisk refleksion savnes. Sådanne teorier er ikke tilstrækkelige til at give en profession videnskabelig basis. Hertil kræves en anderledes refleksiv tænkning og teorier, der kan indfange genstandsfeltets indre sammenhæng i en overbevisende syntese.

Når et stigende antal public relations udøvere i nogle årtier alligevel har kunnet basere en voksende del af deres virke på videnskabelige teorier, er det teorier hentet fra især afsætningsøkonomi, organisationslære og kommunikationsvidenskab. Det er teorier, som ikke er videreudviklede til egentlig videnskabelige teorier om public relations. Og hvor nødvendige og gavnlige sådanne teorier end måtte være i public relations forskningen, så belyser de kun dele af fænomenet og bevæger sig inden for hver sit rationale.

Først i de senere år er en egentlig grundforskning i public relations i sin vorden især på enkelte europæiske universiteter, hvor akademiske grunduddannelser i public relations efterhånden etableres. Hertil kræves en position, der hæver sig over både praksis og praksisafgrænsede teoriområder til et metaniveau, og som kan sætte sig ud over de forskellige delrationaler inden for public relations forskningen. Først dermed gives et potentiale til at indfange en helhed og indre sammenhæng i public relations fænomenet.

### **1.1 EN SAMFUNDSVIDENSKABELIG FORANKRING**

I grundforskningen af public relations skal der vælges den forskningsdisciplin, teoriudviklingen forankres i. Public relations praksis er oftest funderet i organisationer, og hidtil overvejende i det private erhvervsliv. Derfor advokerer mange udøvere for, at public relations forskningen skal forankres i de *erhvervsøkonomiske/organisations-teoretiske* videnskaber. Public relations praksis består i stor udstrækning af kommunikative analyser og aktiviteter. Derfor er der mange fortalere for, at public relations forskningen skal have sin rod i den *kommunikationsteoretiske* videnskab. Tredje mulighed er en bred *samfundsvidenskabelig forankring med vægt på sociologien* ud fra den opfattelse, at public relations' egentlige problemfelt er det område, hvor samfundets forskellige normer eller interesser brydes.

---

<sup>1</sup> Jeg bruger indledningsvis begrebet public relations uproblematiseret, som det anvendes i hverdagen som udtryk for en særlig erhvervmæssig aktivitet. Specialet omhandler fænomenet public relations i en bred forstand; spændende fra en særlig type social relation og aktivitet til en særlig erhvervmæssig praksis og dennes selvforståelse.

<sup>2</sup> Edward L. Bernays: *Public Relations*, 1952. Måske kan allerede Bernays' *Crystallizing Public Opinion* fra 1927 betegnes som public relations litteratur.

Jeg skal kort argumentere for valget af funderingen i sociologien fremfor de øvrige. Argumentationen kan her have karakter af påstande, men vil blive udviklet undervejs i specialet.

Valgte man at placere public relations grundforskningen hovedsageligt i en erhvervsøkonomisk teoriramme, så ville fænomenet risikere overvejende at blive set ud fra et økonomisk helhedsmål, og den samfundsmæssige sammenhæng ville blive forflygtiget<sup>3</sup>. Baseres public relations forskningen alene på kommunikationsvidenskaben, vil det heller ikke give grobund for en forskning, der kan afdække fænomenets egentlige samfundsfunktion.<sup>4</sup>

**Public relations som erhvervmæssig praksis er opstået i pluralistiske, demokratiske samfund i løbet af dette århundrede og skal ses i snæver sammenhæng med udviklingen i samfundets strukturer og processer. Derfor må sociologiske teorier inddrages,** ud fra hvilke genstandsfeltet kan beskrives, analyseres, fortolkes og diskuteres og mangfoldigheden indfanges i et meningsfuldt hele.

For kort at give baggrunden for de samfundsteorier, jeg her i specialet vil berøre og som vil ligge til grund for de skitserede public relations paradigmer, opridser jeg de samfundsprocesser, der synes at have ført til uddifferentieringen af public relations som et særligt handlingsmønster.

## 1.2 DET DIFFERENTIEREDE SAMFUND

Roden skal formentlig findes i fremvæksten af *den moderne tidsalder*, som tog sin begyndelse i midten af 1700-tallet. Det tidligere feudalsamfund var præget af helhed og overskuelighed. Religionen og de feudale traditioner sørgede for den samfundsmæssige integration. Nu opløses imidlertid den fælles, identitetsskabende mening, som især religionen havde stået for, af en refleksiv subjektivitet. Den fælles handlingskoordinerende orientering er ikke længere givet.

*Oplysningstiden* med sin ny viden forstærker den afgørende vending i opfattelsen af forholdet mellem individ og kosmos, som indledes i Renæssancen og Reformationen. Nu sættes *subjektiviteten* i centrum. Samtidig muliggør nye tekniske opfindelser *industrialismen*. Med den følger opløsningen af feudalsamfundets gamle, traditionsbundne produktions- og livsformer. I stedet opstår *det borgerlige samfund*, som er præget af en opsplnitning og differentiering af samfundet.

De politiske demokratiseringsprocesser uddifferentierer magten, som tidligere lå hos fyrsten/kirken. Industrialiseringen og de nye liberal-økonomiske ideologier ud-

---

<sup>3</sup> På handelshøjskoler, handelsskoler o.lign. er public relations ofte overvejende forklaret som 'publicity' og indplaceres under marketing som en art reklameværktøj. Inden for et erhvervsøkonomisk paradigme har fx Philip Kotler således brugt betegnelsen *Marketing Public Relations*. Jfr. *Marketing Management*, Prentice-Hall, New Jersey, 1967. For kritik af sammenblandingen se fx Rühl, *The Public Relations Cycle in World-Society*, 1994:7-8.

<sup>4</sup> Jfr. også RUC-specialet *Public relations som samfundsvidenskabeligt genstandsfelt* af Bager & Gleerup.

differentierer produktionsprocessen i det på kapital baserede *private erhvervsliv*. Den havde før været en familiebaseret helhed. Samfundet differentieres i hovedområder; først og fremmest det politiske system, erhvervslivet og videnskaben. Med overgangen fra det stratificerede feudalsamfund til det differentierede, kapitalistiske industrisamfund begynder udviklingen af pluralistiske samfundsstrukturer og -rationaliteter. Efterhånden splitter den stigende grad af differentiering og desintegration samfundet og gør en tilsvarende grad af integrationsbestrebelse nødvendige for at få samfundet til at hænge sammen<sup>5</sup>.

**I denne sammenhæng kan fremvæksten og institutionaliseringen af public relations ses som udtryk for et nyt socialt handlingsmønster. Således kredser public relations fortolkningerne omkring processerne desintegration-integration, men med markante væsensforskelle afhængig af det samfundsteoretiske perspektiv.**

---

<sup>5</sup> "Differentiering, der betyder udvikling og øget kompleksitet, kræver integrering, som betyder reduktion af kompleksitet og er selve kernen i det 'sociale fænomen'." Thyssen, *Penge, Magt og Kærlighed*:8.

## 2. SAMFUNDSVIDENSKABELIGE TEORIPARADIGMER

I Danmark er Jürgen Habermas<sup>6</sup> den teoretiske grundpille i hovedparten af den gryende public relations forskning, og der er gjort adskillige forsøg på at indkredse public relations fænomenet i en habermask begrebsramme i flere public relations specialer fra Roskilde Universitetscenter. Også for mig har Habermas' teorier været en inspirerende tilgang i årene på public relations studiet, og vil fortsat være det. De er en frugtbar forklaringsramme for public relations praksis' ideale selvforståelse. Imidlertid risikerer vi med Habermas at havne i en moraliserende distinktion god/dårlig eller etisk/uetisk, og der synes næppe nogen realistisk mulighed for, at vurderingen falder ud til fordel for public relations praksis. Som strategisk kommunikationsform kan public relations praksis principielt ikke opfylde Habermas' diskursetiske krav<sup>7</sup>.

Jeg har derfor søgt efter en samfundsteori, der kan byde på et både kvalitativt og kvantitativt modspil til Habermas, og et perspektiv, der kan indfange andre sider af public relations fænomenet fra et metaniveau. Her forekommer det mig, at systemteoretikerne<sup>8</sup>, og først og fremmest den tyske sociolog *Niklas Luhmann*<sup>9</sup> kan tilbyde en forklaringsramme for public relations fænomenet, som - måske i et samspil med Habermas, selv om (eller fordi) de to teorier kontrasterer hinanden - åbner op for muligheden for en dybere og mere nuanceret indsigt i public relations.

Det bekræftede mig i mit valg af Luhmann at opdage, at en række tyske universitetsprofessorer i de senere år har brugt Luhmanns teorier som det refleksive paradigme for public relations forskningen<sup>10</sup>. De var for mig en overraskende tilgang. Dels bevæger de sig på et ganske anderledes refleksivt og analytisk niveau end den overvejende praksisbaserede litteratur. Dels repræsenterer de ganske andre positioner og iagttagelser end de Habermas-baserede fortolkninger af public relations. Der fremstår imidlertid ikke et entydigt billede af public relations ud fra de tyske forskeres ansatser, og jeg benytter dem ikke som base for min egen udvikling af en skitse til et systemteoretisk public relations paradigme, men som supplerende inspirationskilder.

---

<sup>6</sup> Tysk samfundsfilosof, født 1929.

<sup>7</sup> Under betegnelsen 'forståelsesorienteret offentlighedsarbejde' har også Roland Burkart i Østrig udarbejdet et koncept på basis af Habermas (Burkart 1993). Se også specialet del III, 2.6. Det er tilsvarende kritiseret af fx Rust (1993), som pointerer, at public relations som strategisk kommunikationsform principielt ikke er i stand til at yde diskurs i habermask forstand. Jfr. Bentele, Günter, *Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations* i Armbrrecht, W. og Zabel, U. (red.), *Normative Aspekte der Public Relations*, Opladen 1994.

<sup>8</sup> For en overskuelig indføring i den sociologisk orienterede systemteori, se fx Kneer & Nassehi:21-31.

<sup>9</sup> Født 1927, indtil 1993 professor i sociologi ved universitetet i Bielefeld, Tyskland.

<sup>10</sup> Professor, dr. jur. Franz Ronneberger på Friedrich-Alexander Universitet i Erlangen-Nürnberg, professor, dr.rer.pol. Manfred Rühl på Otto-Friedrich Universitet i Bamberg, Ragnwolf H. Knorr på Erlangen-Nürnberg Universitet, professor, dr.phil. Werner Faulstich på Lüneburg Universitet og professor, dr. Klaus Merten på Münster Universitet.

Habermas og Luhmann har gennem flere årtier kritiseret hverandres teorier<sup>11</sup> på motiver, der er helt centrale for public relations forskningen: Samfundets struktur og processer; herunder menneskets rolle i de sociale relationer; kommunikationens karakter og sprogets rolle; og helt grundlæggende: Fornuftens art. I forsøget på at indfange en mere kompleks fortolkning af public relations fænomenet vil jeg derfor inddrage det systemteoretiske paradigme, der kan ses både som kontrast og komplementaritet til Habermas' subjektorienterede kommunikative handlingsparadigme.

Hverken Habermas eller Luhmann må tages til indtægt for de public relations paradigmer, som public relations forskningen udfolder omkring deres teorier. Ingen af de to teoretikere har selv forsket i public relations<sup>12</sup>.

## 2.1 HABERMAS: DET KOMMUNIKATIVE HANDLINGSPARADIGME

Jürgen Habermas er en markant analytiker af den demokratiske selvforståelse i samfundet, dens baggrund, opståen og udvikling, med det sigte at afdække, hvorledes den i dag hviler på et falsk grundlag. Han baserer sig på en normativ, kritisk teoritradition og er en af vor tids mest markante fortalere for det *moderne* fornuftsparadigme. Han tror på muligheden for *ræsonnementet* som koordineringsprincip i samfundet, løbende skabt gennem mellemmenneskelig, værdi-orienteret samtale, et dialogprincip konstitueret i *offentligheden*. Han taler *normativt* for en stærkere *humanisering* af samfundet.

Habermas opdeler samfundet i en livsverden - vores horisont af kulturel viden, sociale normer og individuelle færdigheder, det som vedrører fx familie, kultur, moral, religion, sociale fællesskaber uden for arbejdsliv og politiske organer. Her råder en *kommunikativt handlende forståelsesrationalitet*. Den anden del af samfundet er *systemet* - som er hele det komplicerede økonomisk-administrative apparat for den materielle reproduktion af livsverdenen, som det kommer til udtryk i erhvervslivet og den offentlige administration.

Begreberne livsverden og system er ikke at opfatte som empiriske begreber, men kan snarere karakteriseres som forskellige rationalitetsformer, der har knyttet forskellige handlemuligheder til sig. Begreberne refererer således både til forskellige sfærer i samfundet, til forskellige sociale handlingstyper og måder at koordinere handlinger på.

Habermas' pointe er, at systemet i den senkapitalistiske samfundsstruktur har frakoblet sig livsverdenens rationalitet og har skabt en egen teknokratisk, *strategisk hand-*

---

<sup>11</sup> Allerede i 1971 offentliggjordes deres teori-diskussion *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?*. Jeg har valgt ikke at basere min gennemgang af modsætningerne mellem Habermas og Luhmann på dette værk. Først siden har de to forskere nemlig udviklet de teorier (Habermas om den kommunikative handling, Luhmann om autopoiesis), som jeg især baserer mig på. Hvor der i specialet forekommer citater fra pågældende værk, har jeg mødt det i sekundære kilder, og så stemt af med primærkilden.

<sup>12</sup> Habermas kommer dog i *Borgerlig Offentlighed* fra 1960 ind på en kort, men fyndig kritik af public relations. Se specialets del II, kapitel 1.4.

*lende målrationalitet*, hvor effektivitet og vækst bliver et formål i sig selv, og som derfor har vanskeligt ved at berettige sig meningsfuldt i offentligheden.

Med sin analyse peger Habermas på muligheden for at genetablere koblingen mellem system og livsverdenen gennem løbende at begrunde de systemrationelle handlinger i livsverdenens fornuft. Det er i den sammenhæng, et habermask inspireret public relations paradigme skitserer en mulig funktion for public relations som et led i organisationers legitimeringsbestræbelser i samfundet. Public relations praksis kan ses som en oversætter mellem livsverdenens forståelsesrationalitet og systemets målrationalitet. Dialogen mellem disse to rationaliteter foregår i offentligheden, og det vil i vor tid især sige massemedia. Livsverdenen er et udtryk for rationaliteten hos organisationens 'publics', mens organisationen repræsenterer systemet. Oversættelsen kan ske begge veje, afhængig af public relations udøverens syn på målet med sin gerning<sup>13</sup>. Det er her et kritisk spørgsmål, hvorvidt public relations praksis formår at medvirke til at reetablere systemets kobling til livsverdenens rationalitet og dermed til reintegrationen i samfundet. Eller om public relations praksis er et værktøj for systemet til at gennemtvinge sin særlige målrationalitet, dvs. medvirker til *invaderingen af private særinteresser i offentligheden* og dermed til systemets *kolonisering* af livsverdenen.

**I et habermask paradigme bruger vi således i perspektivet på public relations distinktionen kommunikativ/strategisk handlen. Overvejelsen går på, om public relations praksis kan varetages, så den får en frisættende virkning og således medvirker til at styrke samfundets integration - eller infiltrerer den grundlæggende konsensus-skabelse om handlingskoordineringen i samfundet med systemiske særinteresser, dvs. har en fremmedgørende kraft.**

## 2.2 LUHMANN: DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME

Niklas Luhmann er formentlig den mest betydelige og avancerede repræsentant for det *systemteoretiske* samfundssyn i dag og en værdig parallel til Habermas i sin videnskabelige produktions vidde, dybde og betydning.

I de sene 60ere og tidlige 70ere var Luhmann især kendt som anti-Habermas, formentlig som følge af det samfundsvidenskabelige publikum, der stammer fra den såkaldte 68-generation. Siden er Luhmann kommet ganske anderledes i focus<sup>14</sup> for egne fortjenester, formentlig fordi motiver, som står centralt hos Luhmann, også forekommer i de såkaldte poststrukturalistiske og postmodernistiske debatter<sup>15</sup>: Først

<sup>13</sup> Jfr. moderne public relations praksis' selvforståelse, fx 1) Grunig's *Excellence* siderne 50-54: Hvorvidt man bekender sig til et *asymmetrisk* eller *symmetrisk* paradigme, og i hvilken social rolle man befinder sig (*pragmatisk*, *neutral*, *konservativ*, *radikal* på den ene side og på den anden *idealistisk* eller *kritisk*), og 2) Tim Traverse-Healy's (en af nestorerne i den internationale public relations verden) bemærkning i en samtale ved IPRA-kongressen i Frankfurt, oktober 1993: "Grundlæggende er det, der er hoveddiskussionen i public relations i dag, om vi arbejder for organisationen eller for *the public*."

<sup>14</sup> Fx foregår der vinter/forår 1996 en ivrig debat på Internet om Luhmann på en mailbox om strukturel kobling vs. interpenetration, om systemers grænsesætning mv., som jeg først efter specialets slutfase har kunnet følge, men som bringer rige løfter om et fremtidigt supplerende studiemiljø i cyberspace.

<sup>15</sup> Hverken systemteorien eller Luhmann kan dog tages til indtægt for postmodernismen. Luhmann har som Habermas sin rod i modernismen.

og fremmest kritikken af subjektfilosofien, de konstruktivistiske overvejelser i erkendelsesteorien, decentraliseringstemaerne og den parallelle udvikling i natur-, især biovidenskaberne. Moderne systemteori - og hermed Luhmann - har således sit udspring netop i biologiske teorier.

Luhmann har med sin *autopoiesis*-tese<sup>16</sup> udviklet systemteorien til en teori om systemer som et netværk af selvorganiserende, selvtematiserende, selvlegitimerende, selvrefererende osv. kommunikationer. Luhmann ser samfundet som en stadig mere kompleks og splittet multikybernetisk konstruktion af autopoietiske socialsystemer, konstitueret over hver sin *mening*<sup>17</sup>. Den stigende kompleksitet har ført til en voksende arbejdsdeling i samfundet. Socialsystemerne grupperer sig om funktionssystemer med hver sin særlige rationalitet og sit *symbolsk generaliserede medie*, der som en kode aflaster kommunikationen inden for pågældende funktionssystem. Eksempelvis er mediet for det økonomiske system *penge*, for det politiske system *magt*, for familiesystemet *kærlighed*. Her er ingen livsverden over for systemet - også familie, kunst og religion er socialsystemer.

Habermas accepterer Luhmanns systemiske begrebsramme på områder som økonomi og politik, men stritter voldsomt imod, når også områder som fx familie, kunst og religion defineres som sociale systemer. Luhmann betegner til gengæld Habermas' teorier som urealistiske, baseret på en forældet europæisk erkendelsestradition. Således tager Luhmann aldeles afstand fra subjektbaserede samfundsteorier. I hans teori er mening et førsprogligt, subjektløst begreb, der er lejret i socialsystemerne, hvor også kommunikation er forankret, for "mennesker kan ikke kommunikere"<sup>18</sup>. Han afviser Habermas' tese om intersubjektiv, sprogligt baseret kommunikation. **Hos Luhmann er al social handlen forankret i socialsystemerne - ikke i mennesket.**

Tilsvarende er det i Luhmanns teoriramme naivt at forestille sig muligheden af en fælles fornuft i et samfund, der er karakteriseret af mange forskellige iagttagelsespositioner - hvor ingen kan hævde at have patent på sandheden for alle. **Hvor Habermas ser muligheden for en fælles tydningshorisont i livsverdenen, er der hos Luhmann mange 'virkeligheder'.**

Luhmann har selv givet bl.a. dette svar på spørgsmålet om kernen i sin diskussion med Habermas:

Det er svært at beskrive. Det foregår ikke kun i én dimension. Og jeg ser Habermas på en anden måde, end han ser mig. Fra hans perspektiv er systemteorien en vigtig, men ufuldstændig beskrivelse af det menneskelige samfund. Så han prøver at nå ud over systemteoriens grænser. Fra mit perspektiv vil Habermas fastholde et normativt begreb om rationalitet eller *fornuft*. Man bør i den sidste ende adlyde for-

<sup>16</sup> *Autopoiesis* = selv-skabelse, græsk. Begrebet vil blive uddybet senere i specialet.

<sup>17</sup> På tysk *Sinn* - og ikke *Meinung*. Visse danske oversættelser af Luhmann foretrækker *betydning*.

<sup>18</sup> Luhmann, *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt/M., 1990:31 i Kneer & Nassehi:66. Mere herom i specialets del III, kapitel 1.3. Påstanden er baseret på Luhmanns definition af begrebet kommunikation som et særligt socialsystem, hvis enhed er syntesen af information, meddelelse og forståelse. Menneskers bevidsthed ligger derimod i psykiske systemer; derfor vil bevidsthed og kommunikation altid være omverden for hinanden.

nuften. Det giver stabilitet. Der er en slags 'bør' eller norm. Hvis man vil være menneske, må man acceptere fornuftige forslag om udsagn. [...] For mig er fornuft en lokal affære. Den afhænger af sammenhængen.<sup>19</sup>

Mens vi hos Habermas er i den såkaldt 'kritiske' tradition i forlængelse af bl.a. Marx, hvor forskeren forsøger at opstille normative teorier for et bedre samfund, så finder vi hos Luhmann ingen normativitet, ingen moralske afgørelser om, hvad der er godt og dårligt; blot en analyse af, hvordan samfundet fungerer. **Hvor Habermas således normativt kritiserer systemets grænsesætning, så er problemstillingen hos Luhmann af funktionel karakter: Hvordan opretholder systemer sine grænser?** Han forklarer selv kort sigtet med systemteorien således:

I sin moderne udformning er det en teori om, hvordan systemer adskiller sig fra deres omverden og så møder problemet med at fastholde grænsen. Det er hovedpunktet. Det kan udvikles videre, for det går ad libitum.<sup>20</sup>

Hvor Habermas derfor ser social integration som et idealmål for samfundet, ser Luhmann det som en risiko for samfundet, for integration truer systemgrænserne. Det er således afgørende for forståelsen af Luhmann (og af Habermas), at man indser betydningen af at skifte sit perspektiv, når man går fra den ene teori til den anden. Man går aldeles galt i byen, hvis man blot ser Luhmann som en, der ud fra et habermask verdensbillede udlægger en del af samfundet, og i så fald 'uhyret', systemet - endsige forsvarer det. Luhmann tager i sin udlægning af begrebet system et andet udgangspunkt end Habermas. Han konstaterer, at systemer eksisterer som et middel til samfundets overlevelse, og underkaster fænomenet en omfattende analyse.

### 2.3 TEORIPARADIGMERNES HOVEDFORSKELLE

De grundlæggende forskelle mellem de to teoriparadigmer, der slår ned i fortolkningen af public relations, kan foreløbig skematiseres som nedenfor, og vil undervejs i specialet blive nærmere behandlet.

---

<sup>19</sup> *En djævelsk iagttagelse*. Interview med Niklas Luhmann af Ole Thyssen, Politiken 31. juli 1994.

<sup>20</sup> Samme.



	<b>Habermas</b>	<b>Luhmann</b>
<b>Lededifference</b>	Kommunikativ handlingsrationalitet/ strategisk målrationlitet	System/omverden
<b>Problemstilling</b>	Samfundets sociale integration; nedbrydning af systemgrænser	Den systeminterne integration; bevaring af systemgrænser
<b>Erkendelsesperspektiv</b>	Indefra/deltager + Udefra/observatør	Udefra/observatør
<b>Metode</b>	Normativ og deskriptiv	Deskriptiv
<b>Erkendelsestradition</b>	Intersubjektiv konstruktivisme	Intrasystemisk konstruktivisme
<b>Samfund</b>	Livsverden & systemet	Centrumsløst netværk af socialsystemer
<b>Fornuftens art</b>	Kommunikativ rationalitet forankret i livsverdenens fælles tydningshorisont	Uddifferentieret i forskellige funktionslogikker
<b>Menneskets handlemuligheder</b>	Frigjort gennem kommunikativ handlen. Fremmedgjort gennem strategisk handlen.	Alle sociale handlinger er socialsystemisk begrundede.
<b>Intersubjektivitet</b>	Basis for kommunikation og fornuftskabelse	Eksisterer ikke
<b>Middel</b>	Sprog >< symbolmedier	Symbolmediebåren kommunikation
<b>Kommunikation</b>	Forståelsesorienteret intersubjektiv > < strategisk symbolmediebåren	Symbolmediebåren, intrasystemisk
<b>Idealmål</b>	Ræsonnement for integration	Opretholdelse af systemgrænser (desintegration)
<b>Offentligheden</b>	Ideelt (ikke empirisk) koordineringsprincip for samfundets fornuft. - Offentlig >< privat.	Ingen modsætning mellem offentlig og pri- vat.

Figur 1: Nogle grundlæggende forskelle mellem Habermas' og Luhmanns teoriparadigmer.

## 2.4 PUBLIC RELATIONS PARADIGMER

Med overgangen fra Habermas til Luhmann er der altså tale om et aldeles paradigmeskifte. Derfor mener jeg også, at man kan tale om to forskellige public relations paradigmer, når public relations udlægges ud fra de to teorier.

Jeg betegner Habermas-fortolkningen *det intersubjektive public relations paradigme*, fordi perspektivet her er individets handlinger og den intersubjektive kommunikation, og Luhmann-fortolkningen *det socialsystemiske public relations paradigme*.

Begrebet public relations paradigmer er i specialet at forstå på det *refleksive* niveau til forskel fra *praksisniveauet*. Det er altså ikke sådan, at man i praksis vælger at udøve public relations aktiviteter efter et af paradigmerne.

### 3. PERSPEKTIVER PÅ VIRKELIGHEDEN

Specialets tilgang er teoretisk. Empiri forekommer kun i specialets sidste dele, hvor de udviklede teorier sammenholdes og afprøves på praksislitteratur. For ikke at risikere, at praksis og dens ideal og selvforståelse får et for subjektivt eller for lokalt udtryk har jeg valgt at lade fænomenet repræsentere ved public relations udøvernes internationale etiske kodeks *Code of Athens*<sup>21</sup> og det seneste større litterære værk om public relations praksis, det amerikanske *Excellence in Public Relations and Communications Management*<sup>22</sup> fra 1992.

#### 3.1 CODE OF ATHENS

*Code of Athens* inddrages som udtryk for public relations fagets ideal. Kodeksen går ud fra FNs Menneskerettighedserklæring af 1945 og stiller etiske krav til den enkelte public relations udøver. Den blev stadfæstet såvel på *CERPs* (*Confédération Européenne des Relations Publiques*) som på *IPRAs* (*International Public Relations Association*) generalforsamling i Athen i 1965. Gennem medlemskab af CERP har også *DPRF* (*Dansk Public Relations Forening*) tilsluttet sig *Code of Athens*. Kodeksen påbyder bl.a. public relations udøveren

at bestræbe sig på at medvirke til at etablere kommunikationsmønstre og -kanaler, som ved at fremme vigtige informations frie strøm får den enkelte borger til at føle, at han holdes informeret om det samfund, han lever i, og samtidig gør ham bevidst om sit eget personlige engagement og ansvar, og sin solidaritet med andre borgere (§2)

at bestræbe sig på at befordre de moralske, psykologiske og intellektuelle betingelser for dialog i dette ords sande betydning, og de implicerede parter ret til at fremføre deres sag og udtrykke deres synspunkter (§6)

Code of Athens' bud peger på idealer, som i en nærmere analyse har lighedstræk med Habermas' diskursetik<sup>23</sup>.

---

<sup>21</sup> Se bilag. Oversættelse gengivet i PRspektiv 1994. De citerede passager stammer fra denne oversættelse.

<sup>22</sup> Fremover benævnes bogen blot *Excellence*. Bogen er redigeret af professor James E. Grunig. Ud over at have læst værket har jeg også overværet James E. Grunigs og Larissa Grunigs (ligeledes professor og medvirkende ved bogen) fremlæggelse af bogens hovedlinier ved DPRF-foredrag i København og forelæsninger på Roskilde Universitetscenter i februar 1992. - *Excellence* skyldes en gruppe forskere og praktikere, som af *American Association of Business Communicators* har fået til opdrag at undersøge, hvad der betinger 'Excellence in Public Relations and Communications Management'. Det omfangsrige værk (638 sider) benævner sit grundlag som *the largest project in the history of public relations (Excellence:xiii)*. Værket tilstræber at præsentere "a general theory of public relation - a theory that integrates most of the wide range of ideas about and practices of communication management in organizations. The general theory integrates most of the available body of knowledge in public relations and expands it to an even more powerful body of knowledge." (*Excellence:xiv*).

<sup>23</sup> I et tidligere Dansk-projekt på RUC - *Hvordan med idealet i virkeligheden?*, 1990 sammen med Merete Andersen - har jeg foretaget en sådan analyse.

### 3.2 EXCELLENCE IN PUBLIC RELATIONS

*Excellence* prætenderer at formulere en generel public relations teori, men er snarere en forlængelse af den især amerikanske tradition for at indsamle forskellige erfaringer fra praksis og udgive dem som public relations teori. Derfor mener jeg det berettiget at anvende værket som udtryk for moderne public relations praksis' selvforståelse.

*Excellence* forklarer public relations' opgave således:

Public relations departments help the organization to manage their independence by building stable, open, and trusting relationships with strategic constituencies.<sup>24</sup>

Hovedtesen er, at *excellence* i public relations kun nås gennem såkaldt *symmetrisk kommunikation*:

We believe that public relations should be practiced to serve the public interest, to develop mutual understanding between organizations and their publics, and to contribute to informed debate about issues in society.<sup>25</sup>

Denne opfattelse af public relations er en forlængelse af den 4-models klassificering af public relations, James Grunig præsenterede sammen med Todd Hunt i bogen *Managing Public Relations* i 1984. Det var modellerne publicity/presseagentur, information, to-vejs asymmetrisk kommunikation og to-vejs symmetrisk kommunikation. Der lå i klassifikationen også en kronologisk faktor, målt efter amerikansk praksis. Presseagentur-modellen skulle således være opstået omkring 1880, informationsmodellen omkring dette århundredes start, den asymmetriske model omkring 2. verdenskrig, mens den symmetriske er af nyere dato. Den symmetriske model blev allerede dengang beskrevet som idealet. I *Excellence* behandles og udbredes symmetrimodellen omfattende, og der sættes et skel mellem denne og de foregående modeller:

Press agency, public information, and two-way asymmetrical are asymmetrical models - that is they attempt to change the behavior of the public without changing the behavior of the organization.<sup>26</sup>

Det asymmetriske paradigme er

[...] the dominant worldview in public relations - the asymmetrical view that public relations is a way of getting what an organization wants without changing its behavior or without compromising.<sup>27</sup>

Det er imidlertid en holdning, som bogen tager afstand fra, fordi den

---

<sup>24</sup> *Excellence*:11.

<sup>25</sup> *Excellence*:9.

<sup>26</sup> *Excellence*:39.

<sup>27</sup> *Excellence*:38-39.

steers public relations practitioners towards actions that are unethical, socially irresponsible, and ineffective.<sup>28</sup>

Den symmetriske model beskrives derimod således:

An organization that uses the two-way symmetrical model, in contrast, uses research and dialogue to manage conflict, improve understanding, and build relationships with publics. With the symmetrical model, both the organization and publics can be persuaded; both also may change their behavior. [...] Public relations is a symmetrical process of compromise and negotiation and not a war for power.<sup>29</sup>

Begrundelsen for symmetrisk kommunikation er, at

In the long run, the symmetrical view is more effective: Organizations get more of what they want when they give up some of what they want.<sup>30</sup>

Det er således et umiskendeligt gennemgående træk i *Excellence*, at der er en strategisk målrationelitet bag symmetrien, og hvor *Excellence* anbefaler symmetrisk kommunikation, så er det gennemgående argument, at *det kan betale sig* - for det er den mest *effektive* måde at få organisationens omverden over på organisationens side. 'Excellence' i public relations måles således ud fra kriterierne *Hvordan, hvorfor, og i hvilket omfang påvirker kommunikation gennemførelsen af organisationens målsætninger?* Public relations - og dermed idealet symmetrisk kommunikation - sidestilles med 'kommunikation der skal fremme opnåelse af organisationers mål'.

**Med sit symmetriske kommunikationsideal hævder *Excellence* at bruge et etisk dialog-ideal med paralleller til Habermas<sup>31</sup>, men begrundet det i en strategisk målrationelitet og sender dermed modstridende signaler i en habermask forklaringsramme. Jeg vil forsøge at påvise, at der er en anderledes fyldestgørende forklaringsramme i et systemteoretisk perspektiv.**

---

<sup>28</sup> *Excellence*:40.

<sup>29</sup> *Excellence*:39.

<sup>30</sup> *Excellence*:39.

<sup>31</sup> Med explicit reference til Habermas via Pearson, *Excellence*:58-60.

#### **4. PROBLEMFORMULERING**

Da jeg på et tidligt stadium af arbejdet med dette speciale begyndte at sammenholde Habermas og Luhmann, forekom det mig, at public relations praksis i sin ideale selvforståelse tager sin udgang i en verden ifølge Habermas, men i virkeligheden er underlagt en verden ifølge Luhmann. Jeg fandt det afgørende at kunne påvise, at skønt public relations praksis' ideale selvforståelse synes at kunne indfanges med Habermas' teorier, så er det snarere en 'verden ifølge Luhmann', der sætter dagsordenen for public relations praksis.

Det er en tese, der stadig spørger specialet igennem, men den har vejet hovedrollen for et mere nuanceret ønske om at undersøge, hvad der kommer til syne, når man skifter perspektivet på public relations fænomenet mellem to så forskelligt funderede samfundsteorikere som Habermas og Luhmann.

- \* Hvad ser man, når man skifter fra Habermas' normative distinktion kommunikativ/strategisk handlen til Luhmanns deskriptive system/omverden difference?
- \* Når fornuft ikke længere har en fælles, livsverdensbaseret tydningshorisont, men er splittet i forskellige logikker?
- \* Når der ikke er een sandhed eller een virkelighed, men mange?
- \* Hvordan kan public relations' funktion indkredses, hvis opgaven snarere end at nedbryde systemgrænser og fremme den sociale integration bliver et spørgsmål om at opretholde systemgrænserne og bevare desintegrationen?
- \* Hvordan vil vi se public relations' opgave, når et socialsystems eksistens berettiger sig selv - og det habermaske perspektivs bud på at legitimere organisationer i offentligheden ingen umiddelbar mening giver?
- \* Hvordan ser vi public relations udøverens rolle, når vi skifter fra et habermaske perspektiv med en intersubjektiv, intersproglig fornuft til et luhmannsk, hvor mennesket er sat uden for koordineringen af kommunikation og handling?

Som disse mange spørgsmål dukkede op, veg den entydige tese: *distinktionen ideal/virkelighed = distinktionen Habermas/Luhmann* pladsen for en mere nuanceret og berigende ambition. Man kan i en luhmannsk begrebsramme sige, at det blev min ambition at indfange størst mulig kompleksitet. Tilsvarende blev det tydeligere, at min hensigt ikke er normativ. Målet er ikke at kunne skelne mellem god/dårlig, rig-

tig/forkert eller etisk/uetisk og normativt lægge en ramme for god public relations. Sig-  
tet er derimod at undersøge, om vi ved at anlægge et systemteoretisk perspektiv på  
public relations kan indfange fænomenet mere dækkende end i et habermask per-  
spektiv; eller i al fald indfange public relations mere dækkende ved at supplere de to  
perspektiver i iagttagelsen af public relations.

Luhmann understreger selv, at differencen system/omverden blot er een måde at  
iagttage fænomener på. Der er mange andre differencer<sup>32</sup>, og en diskussion går ikke  
på, hvilken difference der er rigtig eller forkert, men på, hvilken der afdækker størst  
kompleksitet.

Det er derfor min hensigt med dette speciale at undersøge,

- \* om og i givet fald hvordan man ved at iagttage public relations fænomenet  
gennem samfundsvidenskabelige teorier kan afdække mere kompleksitet,  
end genstandsfeltet selv kan iagttage.
- \* om og i givet fald hvordan man ved at iagttage public relations fænomenet  
fra forskellige samfundsteoretiske perspektiver kan pege på forskellige for-  
tolkninger af fænomenet.
- \* specifikt hvad vi kan afdække ved at iagttage public relations fænomenet i  
et systemteoretisk perspektiv.
- \* og hvordan de systemteoretiske iagttagelser adskiller sig fra iagttagelsen i  
et habermask perspektiv.

---

<sup>32</sup> Fx arbejde/kapital (Marx), ideer/interesser (Weber) og mekanisk/organisk solidaritet (Durkheim). Jfr.  
Kneer & Nassehi:109.

Problemformuleringen som ledelinie bliver:

Kan vi ved at anlægge et systemteoretisk perspektiv på public relations indfange fænomenet mere dækkende end i et habermask perspektiv?

Alternativt indfange public relations mere dækkende ved at supplere de to perspektiver i iagttagelsen af public relations?

Det er min tese, at

de to perspektiver supplerer hinanden frugtbart i forsøget på en forståelse af public relations fænomenet; hver teori har sin funktion i iagttagelsen af fænomenet, men et socialsystemisk public relations paradigme vil mere dækkende end et intersubjektivt paradigme kunne indfange kompleksiteten i moderne public relations praksis.

Ser man moderne public relations praksis og selvforståelse i et habermask perspektiv, så forekommer resultatet modsætningsfyldt og vanskeligt at indkredse i en overbevisende enhed.

Ser vi derimod fænomenet fra en systemteoretisk position, vil vi at få en mere fyldestgørende forklaringsramme og mere dækkende kunne indfange kompleksiteten.

Det er desuden en af specialets underliggende teser, at public relations praksis i sit ideal hviler på det intersubjektive public relations paradigme, mens praksis i sin adfærd snarere indfanges af det socialsystemiske public relations paradigme.

## **5. PERSPEKTIVER**

### **5.1 2. ORDENS IAGTTAGELSE**

Når et område gøres til genstand for videnskabelig forskning, så betyder det i en systemteoretisk forklaringsramme, at det pålægges en 2. ordens iagttagelse ud fra videnskabens distinktionskode sand/forkert. Først når vi sætter os uden for undersøgelsesobjektet, får vi mulighed for at afdække dets blinde pletter i en større sammenhæng og kan hermed iagttage en større kompleksitet, end undersøgelsesobjektet selv har mulighed for:

Et system som videnskaben, som iagttager og funktionelt analyserer andre systemer, benytter et inkongruent perspektiv i forholdet til disse systemer. Det efterviser ikke blot, hvorledes disse systemer oplever sig selv og deres omverden. Det duplikerer ikke blot de forefundne selvsyn. Snarere bliver det iagttagede system påført en for det selv ikke mulig proces vedr. reproduktionen og kompleksitetsstigningen. På den ene side benytter videnskaben begrebslige abstraktioner i sin analyse, som det iagttagede systems konkrete miljøviden og løbende selverfaring ikke kan tilfredsstille. På grund af sådanne reduktioner bliver, og det retfærdiggør dem, mere kompleksitet gjort synlig, end hvad der er tilgængelig for det iagttagede system selv.<sup>33</sup>

Det perspektiv, specialet derfor er tænkt og skrevet ud fra, kan betegnes som en 2. ordens iagttagelse i forhold til public relations praksis. Ud fra det systemteoretiske refleksionsbegreb et det et led i public relations udviklingen, at man fra *selvbeskrivende teorier* - og her tænker jeg på de pragmatiske, anvendelsesorienterede teorier - går over til *refleksionsteorier*, som Luhmann definerer således:

Man kan tale om refleksionsteorier, når de ikke blot betegner systemets identitet til forskel fra dets omverden (...), men bliver udarbejdet begrebsligt på en sådan måde, at sammenligninger og relationsdannelser må tilknytte sig.<sup>34</sup>

### **5.2 PERSPEKTIVVEKSLLEN**

Specialet iagttager public relations ud fra to væsensforskellige samfundsteorier, som er præget af forskellige teoritraditioner og sprogbrug. Denne perspektivvekslen vil tilsvarende præge specialet, hvis dele tilstræber at være loyale over for det teoretiske perspektiv, de går ud fra. Det betyder nogle bevidste 'stilbrud'.

Del II, som behandler public relations ud fra Habermas' teorier, vil være loyal over for disse i position, begrebsverden og sprogbrug.

---

<sup>33</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:44.

<sup>34</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:409.



Del III, som forsøger at indkredse public relations i et systemteoretisk perspektiv, vil være loyal over for den systemteoretiske position, begrebsverden og sprogbrug. Det har jeg fundet nødvendigt, selv om Luhmanns sprogbrug er vanskelig at gå til. Når man vil læse Luhmann, er det næsten som at skulle lære et nyt sprog<sup>35</sup>. Det baserer sig hverken på bekendte teoritraditioner eller intuitive forforståelser. Men netop gennem distancen til hverdagens begrebsbetydninger muliggør hans sprog en særlig præcision og samtidig en kontrol af forståelsen. Jeg har tilstræbt at gøre Luhmanns teorier lettere sprogligt tilgængelige end i originalteksterne, men det er kun muligt til et vist punkt, når formuleringerne skal være loyale referencer til Luhmann.

I både del IV, som sammenholder de to paradigmer, og del V, som skitserer nogle perspektiver for public relations, benytter jeg skiftende begge perspektivers positioner, begrebsverden og sprogbrug.

### 5.3 METODE

Habermas-delen giver en kort introduktion til hovedtrækkene i Habermas' omfattende produktion og opridser et intersubjektivt public relations paradigme ud fra den teoriudvikling, der har fundet sted på Roskilde Universitetscenter siden public relations uddannelsens start i 1986.

Luhmann-delen introducerer dele af Luhmanns teorier, hvor jeg finder dem relevante og nødvendige for en fortolkning af public relations fænomenet i et systemteoretisk paradigme. Jeg inddrager Luhmann-inspirerede systemteoretiske forskere (Ronneberger, Rühl, Merten, Faulstich, Bentele, Kneer & Nassehi, Willke), hvor det kan bidrage til at belyse området. Overalt tilstræber jeg at gøre det klart, hvornår min reference er Luhmann i original - og hvornår 'Luhmann-skolen'. Det er en væsentlig pointe, fordi Luhmanns position er den mest radikale i forhold til Habermas. Andre systemteoretiske forskere - fx Willke og Bentele - synes i deres positioner at svinge mod en mere Habermas-orienteret tradition med tendenser til tanker om en fælles overgribende normativitet. I et luhmannsk perspektiv gør de sig herved netop skyldige i at nedbryde grænser, nemlig systemteoriens grænser. Derved fortaber de muligheden for at opbygge optimal kompleksitet i teoridannelsen. Derfor har det for mig været væsentligt at bevare Luhmanns skarpe position i mit systemteoretiske perspektiv.

Ambitionen er at skitsere nogle mulige implikationer for fortolkningen af public relations i en systemteoretisk referenceramme og sammenholde med en tilsvarende Habermas-baseret fortolkning, og ikke at gennemføre en udtømmende systemteoretisk analyse af public relations. I metoden til indkredsningen af et socialsystemisk public relations paradigme tilstræber jeg dog at følge Luhmanns funktionsstrukturelle metode. Systemer er ifølge Luhmann ikke strukturdeterminerede, men funktionsorienterede. Jeg går derfor hverken ud fra public relations' væsen som i en ontologisk tradition eller ud fra strukturer og elementer som i tidligere systemteoretiske analyse-

---

<sup>35</sup> Kneer & Nassehi skriver om Luhmanns sprog: "Die Texte sind so weit von der natürlichen Sprache entfernt, daß ein unmittelbarer Zugang ausgeschlossen bleibt." :12.

metoder<sup>36</sup>, men forsøger derimod at indkredse public relations som en mulig problemløsning i relation til fænomenets omverden. På almindeligt dansk vil det sige, at jeg ikke tager udgang i en beskrivelse af moderne public relations praksis, som den forstår sig selv i dag<sup>37</sup>. Jeg begynder ikke med at beskrive public relations verdens strukturer, dvs. rådgivende virksomheder, informationsafdelinger i organisationer, foreninger, uddannelser, forskellige typiske metoder lige fra analyse af samfundstendenser, interessegrupperinger mv. og strategiudvikling til høringer, pressekonferencer osv. Heller ikke elementer, som fx en case-baseret metode ville gøre det.

Et væsentligt formål ved udviklingen af et systemteoretisk public relations paradigme er at kunne sammenholde med Habermas. Såvidt jeg forstår Luhmann, påpeger han også selv, at ved netop at indkredse differencer bliver teoriudviklingen mere frugtbar:

Ich halte es zum Beispiel für fruchtbarer, Theorien nicht mit Einheit anzufangen, sondern mit Differenz, und auch nicht bei Einheit (im Sinne von Versöhnung) enden zu lassen, sondern bei einer, wie soll ich sagen, besseren Differenz. Deswegen ist zum Beispiel das Verhältnis von Systemen und Umwelt für mich wichtig, und auch der Funktionalismus, weil er immer bedeutet, daß man Verschiedenes miteinander vergleichen kann.<sup>38</sup>

I specialets sidste dele bliver ikke alene public relations fænomenet, men de udviklede public relations teorier selv analysens genstand. De kan ses som funktionelle ækvivalenter i public relations forskningen. Ved netop at indkredse deres differencer i forhold til omverdenen og sammenholde dem bliver hver teoris funktion tydeligere.

Jeg afprøver og sammenholder således i denne del de to paradigmer på nogle centrale punkter; funktionen og det grundlæggende rationale i public relations, udøverens etiske rolle set især i forhold til forståelsen i *Code of Athens*, og endelig det fremherskende ideal om symmetrisk kommunikation, som vi møder det især i *Excellence*.

---

<sup>36</sup> Dette i modsætning til Parsons' ældre strukturfunktionelle metode, som forudsætter sociale systemer med bestemte strukturer og spørger efter de funktionelle ydelser, som må kunne ydes for at sikre, at socialsystemet fortsat kan bestå. I Parsons' funktionelle analyse er opretholdelsen af det sociale system det væsentligste problem. Parsons' kausalfunktionalisme, som forsøger at se en direkte sammenhæng mellem bestemte systembidrag og systemets beståen, erstattes hos Luhmann af den såkaldte ækvivalens-funktionalisme. Hos Luhmann er funktionelle analyser ikke interesserede i at afdække de kausale forhold mellem årsager og virkninger; de orienterer sig snarere mod sammenhængen mellem problemer og problemløsninger.

<sup>37</sup> Forbehold må tages for den forforståelse, jeg selv slæber rundt med efter mange år i praksis, og som formentlig er en af mine blinde pletter i dette speciale.

<sup>38</sup> Luhmann i *Archimedes und wir*, interviews udgivet af Dirck Baecker og Georg Stanitzek, Berlin 1987:127 cit. i Kneer & Nassehi:9-10.

## **6. AT GØRE DET ENKLE KOMPLICERET** **- ELLER INDFANGE STØRRE KOMPLEKSITET**

Jeg vil ikke inden for dette speciales rammer kunne eftervise, at public relations praksis' virkelighed ser ud, som mine fortolkninger peger på, men antyder nogle implikationer for public relations forståelsen, når fænomenet iagttages i de anvendte samfundsteoriens perspektiv. I systemteoriens konstruktivistiske teoriramme er det også en væsentlig pointe, at virkeligheden - og dermed public relations - afhænger af det perspektiv, det betragtes i.

Tilsvarende er specialets metode ikke normativ. Jeg tager et forholdvis ukritisk udgangspunkt i hhv. Habermas' og Luhmanns teorier som perspektiver på public relations. Mit ærinde er ikke at sætte de to teorier kritisk op imod hinanden - og vælge side. Det er ikke mit mål at give mit endegyldige bud på, hvorledes public relations skal fortolkes og forstås. Ved en sådan fremgangsmåde ville jeg lukke af, og det er snarere mit ønske at åbne op, at medvirke til at inspirere til nuancerede udlægninger af public relations ud fra brede samfundsvidenskabelige teorier.

Man kan hævde, at de overvejelser, der følger specialet igennem, er at gøre det enkle kompliceret. Jeg vil hævde, at den enkelhed, man så taler om, blot er udtryk for, at man kun ser overfladen. Specialet har snarere til hensigt ved at bruge videnskabelige teorier som perspektiv at afdække en større kompleksitet, end dens genstandsfelt selv har mulighed for at se:

Den funktionelle metode forstået som den videnskabelige iagttagelses og analyses teknik lader altså sin genstand komme til syne mere kompleks, end den er for sig selv. I denne forstand stiller den for store fordringer til dens genstands selv-referentielle ordning. Den undergraver dens intuitive evidenser. Den irriterer, foruro-liger, forstyrrer og ødelægger muligvis, hvis ikke dens genstands naturlige letargi beskytter den tilstrækkeligt.<sup>39</sup>

Det har været berigende for mig at kunne genkende oplevelser, erfaringer og iagttagelser gennem mange år i public relations praksis i de abstraktioner, jeg i det følgende bevæger mig ud i, og se nogle sammenhænge, jeg ellers næppe ville have kunnet se.

---

<sup>39</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:44.

## II JÜRGEN HABERMAS: DET INTERSUBJEKTIVE PARADIGME

ET INTERSUBJEKTIVT PUBLIC RELATIONS PARADIGME ER BASERET PÅ JÜRGEN HABERMAS' TEORIER OM BORGERLIG OFFENTLIGHED OG KOMMUNIKATIV HANDLEN.

HABERMAS SKELNER MELLEM TO TYPER FORNUFT: 1) LIVSVERDENENS FORSTÅELSESRATIONALITET, SOM KOORDINERER MENNESKERS HANDLEN Gennem MELLEMMENNESKELIG KOMMUNIKATION UD FRA EN FÆLLES TYDNINGSHORISONT OG 2) SYSTEMETS MÅLRATIONALITET, HVOR AKTØRERNES HANDLEN INTEGRERES AF FORSKELLIGE MEDIER SÅSOM PENGE OG MAGT, OG SOM VI FINDER I ERHVERVSLIV, OFFENTLIG ADMINISTRATION OSV. SYSTEMET ER OPRINDELIGT BEGRUNDET I LIVSVERDENEN, SOM HAR AFLASTET SIG VED AT SYSTEMATISERE EN DEL AF DEN SAMFUNDSMÆSSIGE HANDLEN EFTER SÅDANNE MEDIER FOR IKKE IGEN OG IGEN AT SKULLE GØRE HANDLENSKOORDINERINGEN TIL GENSTAND FOR DISKUSSIONER MELLEM MENNESKER. MED TIDEN HAR SYSTEMLOGIKKEN IMIDLERTID FRAKOBLET SIG LIVSVERDENENS MELLEMMENNESKELIGE FORNUFT SOM EN AUTONOM, ANONYM LOGIK. LIVSVERDENEN AFKRÆVER DERFOR I STIGENDE GRAD, AT SYSTEMET BERETTIGER SINE HANDLEN UD FRA LIVSVERDENENS FORNUFT. HER KAN VI PEGE PÅ EN ROLLE FOR PUBLIC RELATIONS SOM EN FUNKTION, DER MEDVIRKER TIL AT GENSKABE SYSTEMETS KOBLING TIL LIVSVERDENENS RATIONALITET.

MED HABERMAS' REKONSTRUKTION AF DEN IDEALE BORGERLIGE OFFENTLIGHED SOM DEN SFÆRE, HVOR PRIVATE INTERESSER OPHÆVES OG MAN SOM BORGERE DRØFTER DEN FÆLLES INTERESSE, MØDER VI DISTINKTIONEN PRIVAT/OFFENTLIG (PUBLIC), SOM KAN MEDVIRKE TIL AT PRÆCISERE PUBLIC RELATIONS' VIRKEFELT. NÅR PUBLIC RELATIONS UDØVEREN BERETTIGER SIN SYSTEMBASEREDE ORGANISATION I OFFENTLIGHEDEN, SKAL DET SÅLEDES VÆRE UD FRA EN ARGUMENTATION FORANKRET I FÆLLESINTERESSEN, IKKE PRIVATINTERESSEN. PUBLIC RELATIONS KAN ALTSÅ MED HABERMAS DEFINERES SOM OFFENTLIGE RELATIONER I MODSÆTNING TIL MARKEDSFØRINGENS PRIVATE RELATIONER. NÅR PUBLIC RELATIONS UDØVEREN TRÆDER IND I DEN OFFENTLIGE DIALOG, STILLES DER IFØLGE HABERMAS SÆRLIGE GYLDIGHEDSKRAV TIL EN SÆRLIG KOMMUNIKATIV HANDLEN - BL.A. SANDHED OG VEDERHÆFTIGHED. DET ER HER, VI KAN TALE OM ETISKE KRAV TIL UDØVEREN.

ET HABERMASK FUNDERET PUBLIC RELATIONS PARADIGME ANTAGER SÅLEDES EN NORMATIV KARAKTER; VI KAN TALE OM GOD/ETISK/LEGITIM OG DÅRLIG/UE-TISK/ILLEGITIM PUBLIC RELATIONS PRAKSIS. ETISK, NÅR UDØVEREN HANDLER SOM MENNESKE FORANKRET I LIVSVERDENENS MELLEMMENNESKELIGE FORNUFT OG FÆLLESINTERESSEN OG OPFYLDER KRAVENE TIL KOMMUNIKATIV HANDLEN - OG DERMED MEDVIRKER TIL AT REETABLERE SYSTEMETS KOBLING TIL LIVSVERDENEN. UETISK, NÅR PUBLIC RELATIONS UDØVEREN HANDLER UD FRA SYSTEMETS MÅLRATIONALITET OG SÆRINTERESSE, FOR DERMED MEDVIRKER HUN TIL AT BEVARE ELLER LIGEFREM UDDYBE KLØFTEN MELLEM LIVSVERDENEN OG SYSTEMETS ANONYME MÅLRATIONALITET - OG DERMED DESINTEGRATIONEN I SAMFUNDET.

I Jürgen Habermas' teoridannelse står samfundets struktur og rationaliteter og offentlighedens og sprogets funktion og karakter i centrum. Hans teorier griber bredt omkring samfundsteoretiske områder, fra makroniveauet og de overordnede strukturer, til mikroniveauet og det enkelte menneskes rolle i samfundet. Hans teorier har derfor vist sig en relevant og fyldig forståelsesramme for udviklingen af et public relations paradigme, som griber tilsvarende rummeligt om fænomenets rolle set i en bredere samfundsmæssig sammenhæng, end vi ellers har været vant til det med de mere snævre, praksisbaserede public relations teorier, der ikke har været i stand til overbevisende at indfange og forklare fænomenet i det større perspektiv. Det har derfor været inspirerende at følge udviklingen af et habermask public relations paradigme, som processen er foregået på Roskilde Universitetscenter siden etableringen af public relations studiet i 1986.

Det public relations paradigme, der er udviklet på RUC, tager sit udgangspunkt i begrebet *offentlige relationer* i modsætning til de *private relationer*, som fx markedsføring er et udtryk for, og forklarer public relations praksis som den aktivitet, der har til opgave at legitimere sin opdragsorganisation i offentligheden<sup>40</sup>.

Da Habermas' teorikonstruktion er omfattende og i vid udstrækning indgående behandlet i projektrapporter og i specialer på RUCs public relations studium, vil min behandling af stoffet begrænse sig til de rammer, der giver mulighed dels for en forståelse af de væsentligste fortolkninger, der er gjort af public relations fænomenet ud fra Habermas' teorier, dels for en sammenholdning med systemteorien, som jeg behandler i specialets næste del.

Der er to centrale træk ved samfundsabstraktionen i Habermas' teoridannelse. For det første det borgerligt demokratiske samfunds selvforståelse og forestilling om det ideale forum, hvor det ræsonnement foregår, der skal koordinere samfundets handlinger: *offentligheden*. For det andet samfundet som splittet i to måder at ræsonnere på; forståelsesrationaliteten, der foregår i *livsverdenen*, og målrationaliteten, der foregår i *systemets* verden. Det er også centrale pointer for public relations fortolkningen, for det er hhv. den platform og den brudflade, der er genstandsfelterne for public relations praksis i en habermask inspireret fortolkning.

---

<sup>40</sup> Med denne formulering tænker jeg ikke kun på kommunikationsaspektet - at public relations overbeviser om legitimitet (social accept); men også på adfærdsaspektet - at public relations medvirker til en legitim adfærd fra opdragsorganisationens side.

## 1. DEN BORGERLIGE OFFENTLIGHED

Relationerne til *offentligheden* er centrale for public relations praksis i et habermask perspektiv. I et forsøg på at indfange denne abstrakte størrelse og vor forståelse af den analyserer og kritiserer Habermas i sin berømte doktorafhandling fra 1962, *Borgerlig Offentlighed*, begrebet ud fra ideen om demokratiet, som den opstod med den moderne tidsalder, industrialismen og det ny pluralistiske samfund omkring 1700-tallet.

Hvor det foregående feudalsamfund var karakteriseret af en sammenblanding af det private og det almene, så sker der med udviklingen af industrialismen det, at den feudale magt falder fra hinanden i **på den ene side** *private* elementer (herunder det *private* erhvervsliv), mens den offentlige myndigheds institutioner **på den anden side** selvstændiggør sig som *staten*. De erhvervmæssige elementer udvikler sig til sfæren for det borgerlige samfund, som nu står over for staten som det egentlige område for privat autonomi.

Subjektivitet og privat autonomi var ganske nye begreber efter feudalsamfundets mytologiske helhedsopfattelse, og for at beskytte denne privatsfære mod den ny statsmagt etableredes på den liberale grundtanke et forum, hvor privatfolk kunne samles for at drøfte offentlige anliggender. Dette ny abstrakte rum i samfundet, *offentligheden*, kiler sig ind mellem privat-sfæren og staten som et værn mod statens indflydelse på det private og bliver samtidig et middel for borgerne til i fællesskab at påvirke udviklingen og den politiske beslutningsproces.

Offentligheden er altså opstået i det ny borgerskab, og benævnes derfor *den borgerlige offentlighed*. Her styrer *fornuften* udviklingen i samfundet, sådan som den udkrystalliseres gennem det *offentlige ræsonnement*, som *privatfolk samlet til publikum*<sup>41</sup> gennemfører i dette diskussionsforum. For selv om lovgivningen er konstrueret som magt, så skal den i demokratiets klassiske selvforståelse ikke være resultatet af en politisk vilje, men af en rationel overenskomst<sup>42</sup>. De funktioner, offentligheden således skal varetage, er den kritiske sandhedssøgen og den normerende, dvs. lovgivende funktion baseret på fornuften.

I denne offentlige kommunikation gælder ganske særlige samtaleregler<sup>43</sup>, for at sandheden og fornuften kan udkrystalliseres. Deltagerne skal være tvangfri og lige. Deres meninger skal styres af almeninteressen, ikke af privatinteressen. For at rationel enighed overhovedet skal være mulig, må de modsætninger, som i praksis opstår under diskussionen, beskyttes over for ensretning. Habermas lægger i *Borgerlig Offentlighed* stor vægt på de ganske særlige principper, der gælder for den offentlige

---

<sup>41</sup> Begrebet publikum forudsætter 1) fri kommunikation mellem deltagerne, 2) deltagernes frihed til selv at definere problemer og 3) deltagernes lige status som publikum (en lighed, der ofte er uafhængig af deres private status).

<sup>42</sup> Jfr. Habermas 1962/1991:152.

<sup>43</sup> Samtale er her forstået i bred forstand, også når meninger mødes med meninger fx i TV og aviser.

samtale (diskursen), og videreudvikler dem indgående i de følgende årtier. Det kommer jeg nærmere ind på.

### 1.1 PRIVAT VS. OFFENTLIG

Modsætningen mellem begreberne *privat* og *offentlig* er en væsentlig forklaringsramme for fortolkningen af public relations i et habermask perspektiv.

1700-tallets klassiske borgerlige offentlighed betragter markedets love som naturlige love, der af sig selv vil føre til det bedste resultat for alle mennesker, hvis de får lov til at udfolde sig så frit som muligt, uden indgreb fra den offentlige myndighed<sup>44</sup>. I den klassiske adskillelse mellem offentlige og økonomiske interesser er det sådan, at 1) inden for det politiske område mødes samfundsborgere i en offentlighed, hvor de udveksler argumenter og bliver enige både om regler og handlinger, så deres samkvem munder ud i love, som de pålægger sig selv, mens 2) de samme mennesker mødes inden for det økonomiske område som privatpersoner på et marked, hvor de udveksler varer og enes om bytteforhold.

Denne adskillelse er klassisk, og endnu levende i vores samfundsforståelse. Vi bliver skeptiske, hvis områderne og rollerne sammenblandes. Det har betydning for public relations praksis i to henseender. Repræsentanter for erhvervsvirksomheder kan ikke optræde på den offentlige, politiske scene for at varetage private, økonomiske interesser. Og erhvervsvirksomheder opfatter deres område som privat og ser traditionelt nødig offentlig indblanding. Således er *markedet* et autonomt, privat område, der ligger uden for offentlighedens indblanding i den klassiske borgerlige selvforståelse. Det er en selvforståelse, der er grundlæggende for det kapitalistiske erhvervsliv og for afsætningsøkonomisk teori og praksis.

I en habermask fortolkning har netop det *private* erhvervsliv derfor i sin selvforståelse størst mulig autonomi som et afgørende succes-kriterium, det vil bl.a. sige mindst mulig restriktiv lovgivning. Hertil anvender erhvervslivet public relations praksis både som en forsvarer og adfærdsregulator i forhold til samfundet for at undgå, at samfundet ser sig nødsaget til en mere restriktiv regulering af erhvervslivets adfærd.

Det er således, når et emne ikke længere vurderes som alene at have privat betydning, men samfundsmæssig betydning, at det rykkes fra privatsfæren ud i 'offentligheden', altså gøres til genstand for en offentlig diskussion. Og det er i et habermask public relations paradigme netop de *offentlige* emner i en erhvervsvirksomhed eller anden organisation, der er genstandsfeltet for public relations praksis.

Med udgangspunkt i Habermas' strukturelle sfære-delning af samfundet når Bager og Gleerup frem til fire relationstyper<sup>45</sup>, ud fra hvilke de indkredser public relations praksis' virkefelt.

---

<sup>44</sup> Jfr. den klassiske liberalismes *usynlige hånd*.

<sup>45</sup> Majken F. Bager & Margit G. Gleerup, *Public Relations som samfundsvidenskabeligt genstandsfelt*, public relations speciale, RUC 1991:37-40 og 105-106.

Relation	Emotionel	Økonomisk	Offentlig	Administrativ
<b>Sfære</b>	Intimsfæren (privat)	Socialsfæren (privat)	Offentlighedssfæren	Statssfæren
<b>Funktion</b>	Skabelse af dannelse	Materiel reproduktion	Politikdannelse	Lovgivende/udøvende/dømmende
<b>Kriterie</b>	Følelsesmæssigt	Økonomisk nytte	Moralsk/etisk	Juridisk vurdering

Figur 2: Bager & Gleerups relationstyper, baseret på Habermas. Egen model.

Det er i *socialsfæren*, vi finder markedsrelationerne, altså en organisations optræden på fx varemarkedet via markedsførings/salgs-afdelingen og på arbejdsmarkedet via personaleafdelingen.

Public relations finder vi i *offentlighedssfæren*. Her foregår den del af den samfundsmæssige reproduktion, hvis funktion er *politikdannelse*, dvs. skabelse af konsensus omkring dels indholdet af 'det gode liv' (i den litterære offentlighed), dels omkring hvordan 'det retfærdige samfund' skal udformes (i den politiske offentlighed). **Offentlighedsrelationer** er således diskussion mellem frie og lige borgere i et fælles samfund, artikulerede meninger af social og politisk karakter, som er både reflekterede og indholdsmæssigt almengjorte, og tager udgang i et *moralsk/etisk* kriterie. Det er en afgørende pointe, at politikdannelse i vor ideale samfundsforståelse ikke bør forekomme uden om offentlighedsrelationerne.

I *statssfæren* finder vi de **legale** relationer, hvor vi i offentlighedsrelationerne har at gøre med de **legitime** relationer. Gælder der faste regler og lovgivning omkring et forhold, så ligger relationen forankret i en organisations administrative afdelinger. Når det er et spørgsmål om legitimering - altså accept af adfærd og værdier i offentligheden - så er det en offentlig relation, og det er her, varetagelsen af sådanne relationer i mange organisationer er blevet uddifferentieret i public relations som specifik aktivitet.

I både intim- og socialsfæren befinder vi os endnu på **privat** område. Skellet mellem privat og offentlig er ikke statisk. Således er stadig flere emner også i private erhvervsvirksomheder med tiden rykket fra den autonome privat-sfære til almene anliggender i offentlighedssfæren; dvs. flyttet fra at være en ren økonomisk relation mellem privatfolk til at være en offentlig relation<sup>46</sup>.

Tilsvarende skriver Inger Jensen:

<sup>46</sup> Havde en erhvervsvirksomhed for 100 år siden i sin produktion anvendt giftige stoffer, som i fremstillingsprocessen på sigt påførte medarbejderne hjerneskader, var det formentlig dengang forblevet en *privat sag* mellem arbejdsgiver og arbejdstager ud fra et økonomisk nyttekriterie. I dag ville sagen være naturlig på *den offentlige debats dagsorden*. Netop arbejdsmiljø er et emne, der typisk har flyttet sig fra at være betragtet som et privat anliggende inden for virksomhedens mure til et offentligt anliggende.



In my opinion the very field of public relations is constituted in society in the historical process by which people experience that social values are influenced by the activities of private organizations as well as of governmental interventions. And by the historical fact that people as citizens claim the right and the duty to evaluate the legitimacy of these activities.<sup>47</sup>

Der stilles altså i en habermask forståelsesramme stadig større krav til erhvervs-virksomheder og andre organisationer om at kunne *legitimere* deres handlinger i offentligheden. *Legitimitet* indebærer *social accept* af en organisations handlinger - og refererer ikke til *legaliteten* af handlingerne<sup>48</sup>. Legitimitetsbegrebet står centralt i denne fortolkning af public relations, som hermed bliver et spørgsmål om at gøre sig fortjent til social accept og til at sikre sig den<sup>49</sup>.

Espersen formulerer det i sit public relations speciale således:

Public relations aktiviteter er et udtryk for en erkendelse af, at organisationer som aktører i privatsfæren i stigende grad og gennem løbende dialog må forholde sig til offentligheden. Offentligheden forstået som de aktører og grupper i samfundet, der formulerer offentlighedens sociale værdier og implicit organisationers rolle i samfundet.<sup>50</sup>

I et habermask perspektiv kan man således forestille sig, at en udvikling, der skaber øgede krav om legitimering i offentligheden er en del af forklaringen på fænomenets fremkomst og væksten gennem de senere år.

## 1.2 OFFENTLIGHEDENS FORFALD

Det er Habermas' pointe, sådan som han udvikler den i *Borgerlig Offentlighed*, at demokratiets oprindelige idé i dag er forvansket, at offentligheden efterhånden er invaderet af særinteresser og ikke længere kan fungere som et retfærdigt forum for det fælles ræsonnement eller udgøre noget kritisk princip - men at vi alligevel i vore dages demokratiske samfund går rundt med en urealistisk forestilling om, at offentligheden fungerer efter det ideal, vore forfædre udtænkte for nogle århundreder siden. Som borgere har vi en iboende forforståelse af dette abstrakte samfundsrum, som har sin rod og selvforståelse i idealets klassiske borgerlige offentlighed.

En af de væsentligste forudsætninger for den borgerlige offentlighed var et velfungerende privatkapitalistisk frikonkurrencesystem. Den rene markedskonometri blev aldrig en egentlig realitet. I stedet for et samfund af frie og lige privatfolk fik vi store klasse-

---

<sup>47</sup> Inger Jensen, *The Nature of Public Relations - and Systems Theory*, foredrag i CERP 1991:6-7.

<sup>48</sup> Jfr. fx de forskellige bagvedliggende rationaliteter i en ofte benyttet skabelon i kritiske interviews: Offeret (med reference til legaliteten): *Det er jo inden for lovens rammer*. Intervieweren (med reference til legitimiteten): *Jamen er det i lovens ånd?*

<sup>49</sup> I public relations hverdagen taler man tilsvarende om de to sider af public relations: Organisationens adfærd (= at gøre sig fortjent til den sociale accept) og kommunikation (= at sikre sig den sociale accept gennem at gøre opmærksom på, at man fortjener den).

<sup>50</sup> Jacob Espersen, *Politiske partiers strategiske perspektiv*, public relations speciale, RUC 1993:8.

forskelle og interessegrupperinger med vidt forskellig agt og magt. Den usynlige hånd kunne ikke alene sikre en effektiv og acceptabel fordeling af ressourcerne, og med fremkomsten af kollektive organisationer gik vi efterhånden over til en blandingsøkonomi. Der opstod konflikterende interesser i offentligheden, som snarere blev en kamplads med meget ulige aktører.

Samtidig opstod behovet for 'velfærdsstaten', der på forskellig vis kunne gribe ind i et forsøg på at regulere ulighederne i samfundet. Mens staten derfor greb dybere og dybere ind i det private samfund, udviklede det private sig til at blive mere offentligt. Ikke alene fordi de private magtcentre alene gennem deres størrelse og indflydelse bliver en del af staten, men også fordi statsreguleringen kun lykkes i det omfang, man tager de private organisationer med på råd. Offentlig myndighed delegeres ud til private organisationer.

Der er altså en tosidet tendens til, at det private og det offentlige glider ind i hinanden. Herved smuldrer fundamentet for den klassiske borgerlige offentlighed, nemlig skellet mellem det private og det offentlige.

Hertil kommer, at den platform, som mere end nogen anden blev offentlighedens, nemlig massemedia, hurtigt blev underlagt kommercielle interesser. Hvor offentlighedens forum oprindeligt rent fysisk havde sin plads især i læseklubber, kulturelle soiréer o.lign., altså rent fysiske forsamlinger, så fik offentligheden med pressens udbredelse et nyt forum, hvor diskussionerne mellem frie og lige borgere om det fælles ve og vel kunne foregå. Imidlertid udvikler pressen (eller rettere offentlighedens medier generelt) sig til institutioner af samfundsmæssig magt, og bliver afhængig af økonomiske særinteresser. I forestillingen om den borgerlige offentlighed er pressens rolle blot at formidle og forstærke det offentlige ræsonnement. I virkeligheden bliver det offentlige ræsonnement præget af pressen og de særinteresser, som har adgang til offentligheden via pressen.

I stedet for den borgerlige offentlighed har vi således ifølge Habermas fået en ny elite, der træffer de afgørende beslutninger i samfundet hen over hovedet på flertallet. Denne ny 'feudalklasse' - som Habermas kalder det, idet han trækker paralleller tilbage til feudalismen og taler om en 'refeudalisering' af samfundet - udgøres af eliten inden for erhvervsliv, det offentlige, kultur/kommunikation, interesseorganisationer og politik.

Siden Habermas' konstruktion og kritik af den borgerlige offentlighed fremkom i 1962, er private interesser yderligere integreret i samfundets politikdannelse gennem nedsættelse af råd, nævn, udvalg og kommissioner og gennem inddragelse af interesseorganisationer, delegation af offentlig myndighed, segmentering af forvaltningen og velfærdsopgavernes decentralisering. Vi kan derfor tale om **privat politikdannelse**. Begrebet belyses af *Projekt Forhandlingsøkonomi*<sup>51 52</sup> bl.a. i bogen *Privat Politik* fra

<sup>51</sup> *Projekt Forhandlingsøkonomi* er lokaliseret på Center for Offentlig Organisation og Styring, Handelshøjskolen i København, med det formål at beskrive ændringerne i samfundets vigtigste organisationer gennem de seneste årtier. Projektet påviser bl.a., hvordan både markeds- og blandingsøkonomien nu samordnes i forhandlingsøkonomiske institutioner, hvortil de traditionelle politiske institutioner har mistet deres monopol på politikdannelse til et mere privat regi - heraf titlen *Privat Politik* på bogen af Ove Kai Pedersen, Niels Åkerstrøm Andersen, Peter Kjær og John Elberg, *Samfundslitteratur* 1992.

1992. Forfatterne påpeger nogle træk ved organiseringen af velfærdsstaten, som har præget samfundets forandringsproces de seneste 15 år. Vi har i dag stadig træk af både markeds- og blandingsøkonomi, men de er samordnet i en *forhandlingsøkonomi*, defineret som

Den centerløse statsform, hvori en væsentlig del af ressourcfordelingen besluttet gennem institutionaliserede forhandlinger mellem en række selvstændige beslutningscentre i stat, organisationer m.v., der søges samordnet gennem sprogspil på en Kommunikativ-Scene og forhandlingsspil på en Forhandlings-Scene.<sup>53</sup>

I forhandlingsøkonomien foregår samfundets politikskabelse således uden om offentligheden og ofte uden autoritativ deltagelse fra statens side i mere eller mindre private institutioner. Politikdannelse finder derimod sted i segmenter i den offentlige forvaltning, i institutionelle netværk uden for direkte politisk indflydelse og på scener, hvor aktører fra disse segmenter og netværk blandes på en ny måde (*den kommunikative scene* og *forhandlingsscenen*). Denne samordning foregår inden for rammerne af en fælles samfundsøkonomisk forestilling, det bredt accepterede *samfundsøkonomiske rationale*<sup>54</sup>. Den samfundsøkonomiske diskurs afløser den politiske offentligheds kritiske ræsonnement.

### 1.3 OFFENTLIGHEDENS REKONSTRUKTION

I sit public relations speciale fra 1993 byder Jacob Espersen på en rekonstruktion af offentligheden ud fra *Privat Politik*'s analyse af forhandlingsøkonomiens private politikskabelse. Offentligheden behandles slet ikke i *Privat Politik*, men bl.a. ud fra dette totale fravær af begrebet i en undersøgelse om samfundets politikdannelse i dag konkluderer han, at

Offentligheden i den kritiske forstand eksisterer tydeligvis ikke i den sammenhæng. Den danske befolkning (ikke den kritiske offentlighed) bliver præsenteret for en samfundsøkonomisk forestilling; dialogen udbredes til befolkningen uden dens aktive deltagelse. Og efterfølgende accepterer en majoritet af den danske befolkning dialogens indhold. Befolkningen aktiveres for at konstituere en offentlighed til accept af den samfundsøkonomiske forestilling. Dermed får aktørerne indirekte befolkningen til at legitimere det institutionelle arrangement, hvor politikdannelsen efterfølgende finder sted.

Men der er ikke tale om et kritisk ræsonnement i en politisk offentlighed.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> Efter min vurdering er projektet snarere systemteoretisk end habermask funderet. Jeg refererer alligevel til det i denne habermask del af specialet, fordi Espersens rekonstruktion af offentligheden, som jeg i det følgende vil introducere og som hovedsagelig sker inden for dette projekts referenceramme, er forankret i RUCs habermask inspirerede public relations paradigme.

<sup>53</sup> Privat Politik:46.

<sup>54</sup> Tilsvarende kan man tale om et *samfundsøkonomisk rationale*.

<sup>55</sup> Espersen:52.

Espersen indkredser i stedet **to offentlighedstyper**: Den ene er den **private offentlighed med institutionel repræsentation**, hvor den egentlige politikdannelse finder sted. Den anden er **massemedia-offentligheden**, som beror på et aktivt tankebillede med rod i idealforestillingen om den borgerlige offentlighed, og hvor vi -på trods af realiteterne - stadig mener at skulle legitimere os.

I den private offentlighed formulerer gensidigt uafhængige aktører fælles interesser på den kommunikative scene og implementerer dem på forhandlingsscenen. Den kommunikative scene er et verbaliseret samspil mellem de deltagende politiske aktører i forskellige former for institutioner etableret netop med samme formål: Policy-, kampagne- og diskursinstitutioner (som fx økonomiske sekretariater, Etisk Råd, Økologisk Råd mv). På denne scene deltager offentligheden, men gennem institutionelle repræsentanter for den interesseorganiserede offentlighed. **Dermed har offentligheden nu en struktureret form sammenlignet med den klassiske borgerlige offentlighed.**

Det klassiske billede af den politiske offentlighed og den dertil hørende samfundsmæssige rolle som den beskrives af Habermas og Den Borgerlige Selvførelse er afløst af en interesseorganiseret offentligheds deltagelse i særlige politikdannelsesprocesser. Tankebilledet om offentlighedens institutionaliserede indflydelse på regeringen af samfundet er afløst af interessegrupperings deltagelse i forhandlingsøkonomiens institutionelle arrangement.<sup>56</sup>

Offentligheden som defineret i Habermas' model er altså ikke alene i forfald - den synes helt sat ud af spillet. Resultatet er, at offentligheden, som vi forestiller os den, er overflødiggjort i samfundets politikdannelsesproces. Imidlertid lever forestillingen om den videre i vores samfundsforståelse og har i dette tankebillede fortsat en legitimerende funktion<sup>57</sup>. Selv om offentligheden er dekonstrueret, er tankebilledet det ikke, med den konsekvens, at organiserede interesser er nødt til at legitimere sine handlinger over for offentligheden.

#### 1.4 PUBLIC RELATIONS I OFFENTLIGHEDEN

Mens Habermas' teori om Den Borgerlige Offentlighed på den ene side giver os en overbevisende forklaringsramme for public relations, så leverer den samtidig med sit normative perspektiv en voldsom kritik mod fænomenet.

Det er Habermas' pointe, at public relations praksis misbruger offentlighedens overleverede demokratiske funktioner ved at integrere dem i konkurrencen mellem organiserede privatinteresser - sagt med andre ord: Benytter et forum, der er tiltænkt meningsudveksling om almeninteressen, til at fremme særinteressen.

---

<sup>56</sup> Espersen:112.

<sup>57</sup> Espersen påpeger tilsvarende, at på trods af de empiriske fakta er journalisternes selvførelse som kritikere af de styrende øget markant (især siden 1968) og konfliktniveauet presse og 'magthavere' imellem steget, og peger på massemediatiseringen af samfundsdebatten (Espersen:96).

'Meningspleje' adskiller sig fra reklame gennem udtrykkelig at lægge beslag på offentligheden som politisk. Privat reklame henvender sig altid til andre privatfolk, såvidt det er et spørgsmål om dem som forbrugere; public relations' adressat er den 'offentlige mening', privatfolk som publikum og ikke umiddelbart som forbrugere. Af-senderen forklæder sine forretningsmæssige hensigter i rollen som en, der er interesseret i det offentlige vel. Påvirkningen af forbrugerne låner sine konnotationer fra den klassiske figur om et ræsonnerende publikum af privatfolk og gør brug af dets legitimationer: offentlighedens overleverede funktion bliver integreret i de organiserede privatinteressers konkurrence.<sup>58</sup>

Public relations aktiviteterne foregiver, at de drejer sig om emner, der har relevans for en diskussion i offentligheden, altså om offentlig relationer. Bagved ligger imidlertid en *privat* markedsrelation, der ifølge den borgerlige offentligheds idealforståelse ikke har sin egentlige plads i offentlighedens forum, men - for pressens vedkommende - på annoncesiderne. Ifølge Habermas *lader* public relations praksis altså, som om den arbejder for den samfundsmæssige almeninteresses vel, mens den i virkeligheden arbejder for økonomiske særinteresser<sup>59</sup>.

Habermas mener således, at organisationers og virksomheders public relations bestræbelser har medvirket til at forvandle og forkvakle den borgerlige offentlighed ved at fjerne den politiske diskussion fra offentligheden gennem en manipulativ og demonstrativ adfærd over for offentligheden. I den forlængelse kan vi se Espersens skueproces i massemedieoffentligheden, mens den egentlige beslutningsproces foregår i den private offentligheds institutioner. Espersens opdatering og tvedeling af offentligheden bekræfter snarere end modsiger Habermas påstand om, at public relations praksis gennem 'manipulativ publicitet' tilstræber samtykke hos offentligheden:

Publicitet bliver så at sige udfoldet fra oven, for at sikre bestemte positioner en aura af good will. Oprindelig garanterede publicitet en sammenhæng mellem det offentlige ræsonnement og såvel herredømmets legislative begrundelse som det kritiske opsyn med dets udøvelse. Imidlertid muliggør publicitet et herredømmes ejendommelige ambivalens over den ikke-offentlige menings herredømme: publicitet tjener til manipulation af publikum i samme udstrækning som legitimering for publikum. Kritisk publicitet bliver fortrængt gennem manipulativ publicitet.<sup>60 61</sup>

Når man optræder på offentlighedens scene, så er kravene ifølge Habermas bl.a., at samtalen skal være *tvangsløs* og *styret af almeninteressen*. Ser vi derimod på den

---

<sup>58</sup> Habermas, 1962/1991:289-290, e.o.. Det fremgår af Habermas' følgende beskrivelse af public relations, at analysen går på den type public relations, som Grunig & Hunt senere har klassificeret *to-vejs asymmetrisk dialog*.

<sup>59</sup> Det kan ses i modsætning til reklamen, som ærligt fremlægger sine hensigter og henvender sig til privatfolk som forbrugere, og altså spiller med åbne kort. Public relations driver derimod i en habermask udlægning et skjult spil med hensigter og interesser for at påvirke det offentlige ræsonnement.

<sup>60</sup> Habermas, 1962/1991:270 e.o.

<sup>61</sup> RUC-projektet 'Kritik af Offentligheden', som jeg sammen med flere andre udarbejdede på public relations uddannelsens 2. samfundsbasis-år i 1988, analyserer, hvordan det offentlige kommunikationsrum virker i det virkelige liv. Projektet tager sit udgangspunkt i den offentlige debat omkring vandmiljøhandlingsplanen i midten af 1980'erne og den politiske beslutningsproces i sagen, og støttede den teori hos Habermas, at offentligheden har ændret funktion fra oplyst ræsonnerende forum til en potentielt styrbar omverden for politikere og interesseorganisationer.

'samtale', som public relations praksis fører med og i nutidens offentlige kommunikationsrum, så er den sjældent tvangfri og styret af almeninteressen, men har økonomisk eller administrativ magt bag sig, og advokerer for særinteressen, fordi funktionen oftest er underkastet det kapitalistiske samfunds økonomiske imperativer. Det forhindrer dog ikke, at **skinnet** af tvangfri samtale og almeninteresse opretholdes<sup>62</sup>.

Tilsvarende konkluderer Bager & Gleerup, at public relations ikke bare benytter sig bevidst af, men vedligeholder fiktionen om en ideel borgerlig offentlighed. Public relations praksis spiller på de forestillingsmæssige rester om, at privatfolk repræsenterer det ræsonnerende publikum, og at de som sådan danner den offentlige mening. Formålet med den fingerede almeninteresse er at få skabt afsætning og 'kvasi-politisk' kredit for afsender. Public relations faget er altså i et habermask paradigme en privat særinteresse forsøgt forklædt til ukendelighed som almeninteresse.

Habermas' teorier om offentligheden giver således en forklaringsramme for public relations praksis' traditionelle focus på relationer til massemedia, og anlægger desuden en normativ kritik på praksis for at (mis)bruge offentligheden til at favorisere særinteresser. Med indførelsen af begreberne *system og livsverden* giver Habermas ammunition til et forstærket angreb på public relations praksis - eller til et forsvar for dens berettigelse.

---

<sup>62</sup> I public relations praksis' ideale selvforståelse synes praksis faktisk at tilstræbe at opfylde disse krav og ikke bare at give skin af det. Det fremgår eksempelvis af *Code of Athens*, som jeg senere vil komme nærmere ind på.

## **2. DEN KOMMUNIKATIVE HANDLEN**

Habermas lagde i *Borgerlig Offentlighed* en række principper til grund for *diskursen*, som den ideelt skulle føres i offentligheden. Disse principper videreudviklede han siden og kunne i sit hovedværk *Theorie des kommunikativen Handelns* i 1981 fremlægge universelle gyldighedsregler for sproget, for at det skal fungere som bærer af mening mellem mennesker og dermed som koordinator af *den kommunikative handlingen*. I tilknytning hertil udviklede han sin teori om tvedelingen af samfundets rationaliteter i *livsverdenen*, hvor denne kommunikative handling råder, og *systemet*, hvis handling er strategisk koordineret.

### **2.1 SYSTEMET SOM AFLASTNING AF LIVSVERDENEN**

Livsverden- og systemsondringen er ikke en empirisk analyse af virkeligheden. Begreberne skal ikke anskues som sociologiske områder, således at man eksempelvis er i systemet, når man er på arbejde, og i livsverdenen, når man hygger sig i familiens skød. Snarere kan de karakteriseres som forskellige rationalitetsformer, to grundlæggende forskellige måder at ræsonnere på, hvortil forskellige måder at koordinere handlinger er knyttet. For med sondringen er det Habermas' mål at kunne analysere sig frem til de forskellige måder, vi som individ kan handle i dag.

Vi skal tilbage til fremkomsten af den moderne tid og industrialiseringen med udgrænsningen af især samfundets administration og materielle produktion i selvstændige områder for at finde rødderne til denne tvedeling. Med det moderne samfunds stigende kompleksitet aflaster livsverden sig ved at udlægge en del af den samfundsmæssige handling i systemet.

Livsverdenens rationalitet er baseret på et kulturelt overleveret og sprogligt organiseret forråd af tydningsmønstre. Den er vores horisont af kulturel viden, sociale normer og individuelle færdigheder, det som vedrører fx familie, kultur, moral, religion, sociale fællesskaber uden for arbejdsliv og politiske organer. Her foregår den *kommunikative handling* ud fra nogle fælles grundlæggende værdier<sup>63</sup> og forestillingen om 'det gode liv og det retfærdige samfund'. Den bæres af sproget som det intersubjektive medium, og den er *rettet mod forståelse* for koordinering af menneskers handling. Det er en væsentlig pointe i forhold til systemteorien, at for Habermas er mennesker ikke blot omverden for hinanden; sprog og kultur er ifølge Habermas *intersubjektive*. Derfor refererer mennesker på forhånd til samme (livs)verden. Habermas hævder således, at selv om samfundet *som system* er decentreret, rummer det med livsverdenen et 'virtuelt' centrum - ikke nødvendigvis som en realitet, men som en 'virksom projektion'<sup>64</sup>. Derfor kan mennesker ud fra hver deres forudsætninger fremsætte universelle fordringer, som støder på tilsvarende fordringer fra andre. Det udløser ideelt en fortsat

---

<sup>63</sup> Som dog ikke er evigtgyldige, men historisk betingede.

<sup>64</sup> Jfr. Habermas, *Der philosophische Diskurs der Moderne*, Frankfurt 1985:417 i Thyssen, 1991:147. Det er ud fra sådanne betragtninger, Habermas kan betegnes som konstruktivist.

dialog, som efterhånden slider de individuelle fordringer af, indtil det fælles står tilbage, som er stærkt nok til at være alment.

Livsverdens kommunikative handlen er en krævende proces. Som aflastning er en del af den samfundsmæssige handlen derfor udlagt i systemet. Systemet finder vi i hele det komplicerede økonomisk-administrative apparat for den materielle reproduktion af livsverdenen, som det kommer til udtryk både i det private erhvervsliv og den offentlige administration. Her råder den *strategiske handlen*<sup>65</sup>, som er koordineret af *målrationaliteten* - en udbredt kognitiv-instrumentel målestok for organisatorisk handlen og den styrende indfaldsvinkel til løsning af problemer baseret på den teknisk-videnskabelige beherskelse af omverdenen. Her er den intersubjektive kommunikation erstattet af funktionel, målrettet interaktion, der koordineres af symbolsk generaliserede medier<sup>66</sup> med penge og magt som de stærkeste. Symbolmedier er en art standardiserede normer, som er forud indforståede og derfor samordner aktørernes handlinger enkelt, smidigt og effektivt, uden at der først skal skabes konsensus gennem mellem menneskelig dialog.

Habermas accepterer, at symbolmedier er nødvendige - men kun i systemet<sup>67</sup>. I livsverdenen kan kommunikation ikke erstattes af symbolmedier. For public relations fortolkningen er det en væsentlig pointe, at det ikke mindst gælder det offentlige ræsonnement. **Den sociale integration må baseres på livsverdenens forståelsesorienterede kommunikation og ikke systemets målrationalelle, strategiske 'kommunikation', som for Habermas ikke gælder som kommunikation.** I en habermask forstand 'kommunikerer' vi nemlig uden at kommunikere, når kommunikationen er strategisk og ureflekteret bæres af symbolmedier.

I livsverdenen koordinerer de implicerede parter deres handlinger kommunikativt, mens processer i systemet ifølge Habermas ikke styres intentionelt. Her koordineres handlinger ikke som følge af aktørernes enighed, men i en decentral tilpasning til et system, som *ingen eller alle eller andre* har skabt<sup>68</sup>.

---

<sup>65</sup> Eller den *instrumentelle handlen* for ikke-soziale handlingssituationer.

<sup>66</sup> Et begreb, jeg gennemgår nærmere i kapitlet om systemteorien.

<sup>67</sup> Dette er et helt afgørende konflikt punkt i forhold til systemteorien, der ikke accepterer en ikke-medial livsverden. Mere herom i del III om systemteorien.

<sup>68</sup> Jfr. også Thyssen, 1991.



	Livsverden	System
<b>Typiske empiriske områder i samfundet</b>	Familie, fritid, kultur, moral mv	Økonomisk og politisk delsystem
<b>Handlemulighed</b>	Kommunikativ handlen	Strategisk handlen
<b>Rationalitet</b>	Normativ Orientering efter værdier	Mål Valg af målsætning
<b>Koordinering af handlinger</b>	Intersubjektiv anerkendelse, konsensuel normdannelse	Symbolmedier
<b>Mål</b>	Konsensus Livskvalitet	Effektivitet Kvantitet
<b>Middel</b>	Sproglig kommunikation	Symbolmedier
<b>Roller</b>	'Menneske'	Arbejdstager/forbruger Politisk deltager/social klient
<b>Realisering</b>	Selvrealisering	Realisering af organisationsmål
<b>Autoritet</b>	Legitim	Konventionel/legal
<b>Metodemæssig synsvinkel</b>	Deltager	Tilskuer

Figur 3: Hovedforskelle mellem livsverden og system. Egen oversigt, inspireret af bl.a. Andersen og Nørager.

## 2.2 SYSTEMET SOM BELASTNING AF LIVSVERDENEN

Det er Habermas helt afgørende pointe, at **hvor systemet oprindeligt var snævert koblet til livsverdenen som en aflastende, praktisk foranstaltning, så har systemet i den senkapitalistiske samfundsstruktur frakoblet sig livsverdens rationalitet og har skabt en teknokratisk målrationalitet, hvor effektivitet bliver et formål i sig selv.** De forskellige subsystemer har hver deres afgrænsede immanente effektivitetsmål, hvor fx penge og magt og systemets egen overlevelse kan være tilstrækkelige, ureflekterede mål i sig selv. Handlingerne koordineres efter pågældende systems autonome målestok og har frakoblet sig samfundets fornuft.

**Det indebærer, at hvor systemet tidligere kunne begrunde sig meningsfuldt gennem sin kobling til livsverdenen, så bliver det stadig vanskeligere for systemet at opnå social accept.** Vi oplever derfor en ændring i de krav, der stilles til legitimitet. Hvor målrationaliteten og de symbolsk generaliserede medier tidligere som effektive redskaber for almenvellet forholdsvis uanfægtet har sikret legitimitet til erhvervslivet, den offentlige administration osv., så afkræves penge- og magtlogikkerne i stigende grad begrundelser gennem kommunikative processer i samfundet. Antonsen og Jensen taler om en udvikling fra konventionel til postkonventionel interaktion og peger på, at hvor organisatoriske aktiviteter hidtil har været institutionaliseret gennem socialt og symbolsk generaliserede værdier, så relateres legitimitet i stigende grad til diskursive processer om etiske spørgsmål. De peger på, at vi synes at befinde os i en overgangstid mellem konventionel og postkonventionel autoritet -

autoriteter, der er forankret i forskellige normsæt, og hvortil der knytter sig forskellige rationalitets- og kommunikationsformer<sup>69</sup>.

Interaktionsform	Autoritet i social interaktion	Legitimitet	Rationalitet i interaktion
Præ-konventionel	Magt, belønning eller straf	Ordre og lydighed; legitimitet er irrelevant	(Historisk før differentiering i rationalitets- og kommunikationsformer)
Konventionel	Autoritet forankret i sociale roller og funktioner baseret på internaliserede normer og kollektive værdier	Aktiviteter er legitime, når de udføres af socialt autoriserede aktører i overensstemmelse med socialt/symbolsk generaliserede værdier og norm-systemer	Interaktion baseret på socialt og symbolsk generaliserede værdier ud fra en systemisk målrationalitet
Post-konventionel	Autoritet er underlagt diskursen - procedurer som reflektivt formulerer idealer og principper, der tester ræsonnement om normer og værdier	Handlinger er legitime, når de respekterer løsninger som resultat af diskursen, der principielt er åben for alle	Kommunikativ handlen - baseret i livsverdensens forståelsesrationalitet

Figur 4: Former for legitimitet i forhold til autoritet, rationalitet og kommunikation. Frit efter Antonsen og Jensen, 1992 og Jensen, 1993.

I *den konventionelle orden* er normer og værdier blevet generaliserede, de er blevet fastlagt i systemer og tages generelt for givne uden videre diskussion. Det er i denne form, livsverdenen har aflastet sig ved at udlægge en del af den samfundsmæssige handlen i systemet, hvor handlinger er systematiserede efter de socialt og symbolsk generaliserede værdier for ikke igen og igen at skulle gøres til genstand for diskussioner mellem mennesker.

Men med tiden 'glemmer' systemet, at det har sin begrundelse i livsverdenen, og frakobler sig i sin egen målrationalitet. Det skaber et behov for fornyede diskussioner, hvor mennesker ud fra en livsverdensrationalitet stiller spørgsmålstejn ved de konventionelle værdiers legitimitet. Vi bevæger os hermed ind i *den postkonventionelle fase*.

I den postkonventionelle form er substantielle værdier ikke taget for givet og aktører er ikke autoriserede. Tværtimod. Autoriteten gives til diskursen selv. Nye ideer, værdier, fortolkninger af det fælles gode og sociale emner er på dagsordenen i diskursive processer mellem - potentielt - alle aktører i samfundet.

Hermed får vi en mulig forklaringsramme for fremvæksten af moderne public relations som et led i organisationers legitimeringsbestræbelser i samfundet. Det bliver her public relations' ideale opgave at reetablere koblingen mellem livsverden og systemet; dvs. at genindføre livsverdensrationaliteten som den egentlige forankring af systemrationaliteten og dermed sikre organisatoriske aktiviteter social accept.

<sup>69</sup> Jfr. Marianne Antonsen og Inger Jensen, *Forms of Legitimacy Essential to Public Relations*, 1992 og Inger Jensen, *Public Relations as a Field of Social Science*, 1993.

### 2.3 SPROGETS ROLLE OG DIALOGENS PRINCIPPER

Når autoritet gives til diskursen selv, må legitimitet bero på de principper og procedurer, som tages i brug, når de etiske løsninger skal findes. Diskursen må være forankret i livsverdenens kommunikative handlen, hvis primære kendetegn er, at de involverede via en kritisk afvejning af argumenter søger at nå frem til indbyrdes enighed. Her står *sproget* centralt:

[...] alene den kommunikative handlen er i stand til at betragte sproget som medium for en uafkortet forståelsesproces, hvori "taler" og "tilhører" samtidig - og på en refleksiv måde - forholder sig til noget i den objektive, den sociale og den subjektive verden.<sup>70</sup>

For Habermas spiller sproget således en helt afgørende rolle i moderne samfund som filter for hele den kulturelle overlevering (normer, meninger, værdier) - sproget, fordi det er det intersubjektive medium i den moderne tids subjektive verden. Den rolle, de religiøse verdensbilleder tidligere havde som socialintegrerende og handlingskoordinerende funktion, har den sprogligt formidlede interaktion overtaget.

Det er altså med 'sproget', med vor (mere eller mindre bevidste) løbende udveksling og justering af synspunkter, at vi skaber en mening, en orden, en fornuft i vores verden. Denne fornuft er en kommunikativ rationalitet; rationalitet er noget, som vi (to eller flere kommunikationsdeltagere) når frem til gennem en kritisk afvejning af hinandens argumenter. For at denne sproglige interaktion skal gælde som en del af den løbende kommunikation, der skaber fornuften i samfundet, skal den følge særlige *diskursetiske* betingelser. Disse betingelser ligger intuitivt i os; vi går i almindelighed ikke rundt og tænker over, om de er opfyldt i de sproglige ytringer, vi fremfører eller hører. Men Habermas har udviklet et analyseredskab til at gennemskue sproget med. Ytringen bliver hos Habermas *sproghandling*<sup>71</sup>, og disse handlingers gyldighed prøves med de såkaldte universalpragmatiske *gyldighedskrav*. Grundlæggende er det krav om rationalitet. Kravene referer derfor til de tre former for rationalitet (relateret til den objektive ydre, den sociale og den subjektive indre verden), samt til en fjerde, der angår forståeligheden. Sproghandlingerne, deres dimensioner og krav kan forenklet opstilles sådan<sup>72</sup>:

---

<sup>70</sup> Nørager:46-47.

<sup>71</sup> Med base i englænderne Austin's og senere Searle's talehandlingsteorier, hvis grundlæggende idé er sprogets dobbeltstruktur: *Indholdet* i en ytring (det lokutionære) og *måden*, det fremføres på (det illokutionære). Man ikke alene *siger* noget med en ytring, man *gør* også noget. Det gør det også muligt at bruge sproget strategisk, til at *opnå* en effekt hos tilhøreren (det perlokutionære).

<sup>72</sup> For en detaljeret indførelse i og forlængelse af Habermas's gyldighedskrav, se Ole Togeby's *Praxt*.

Sproghandling	Dimension	Krav
KONSTATIV	Naturen, den ydre, <i>objektive</i> verden	Sandhed
EXPRESSIV/ REPRÆSENTATIV	Afsender, den indre, <i>subjektive</i> verden	Vederhæftighed, sandfærdighed
REGULATIV	Samfundet, de <i>sociale</i> normer	Rigtighed
KOMMUNIKATIV	Sprog	Forståelighed

Figur 5: De fire grundlæggende sproghandlinger

Desuden skal en sproghandling relateres til den grundindstilling, der bærer den. Bruges sproget til at opnå gensidig forståelse, er den et udtryk for kommunikativ handlen. Bruges sproget derimod til at påvirke modparten, er det systemets strategiske handlen. Her er det ikke kommunikationen, der styrer handlingerne, men symbolmedierne, der er handlingskoordinatore. Sproget bruges blot som *strategisk middel* og ikke som et middel til at skabe intersubjektiv forståelse. Derfor er handlingerne ikke kommunikativt, men symbolmedialt koordinerede.

Den kommunikation, som i den postkonventionelle interaktion er forudsætningen for legitimitet, skal altså være livsverdensbåren. Er den forankret i systemet, skaber den ikke fornuft. Vi får vi en ureflekteret, strategisk handlingskoordinering i samfundet forankret i symbolmedierne. For public relations fortolkningen er det en central pointe, at **det legitimitetskabende offentlige ræsonnement kun opfylder diskursetikkens krav med livsverdenen som tydningshorisont.**

#### 2.4 AKTØR ELLER OBSERVATØR - DELTAGER ELLER TILSKUER

De diskursive processer, som den postkonventionelle legitimitet forudsætter, beror altså i livsverdenens kommunikative handlen. Når vi handler kommunikativt, sker det intersubjektivt - og ikke intersystemisk. Vi handler som mennesker - ikke som systemets repræsentanter. Det gælder også public relations udøveren, som arbejder for organisatorisk legitimitet. En diskursiv proces kræver deltagende individer med en livsverdensbaseret refleksion. Men hvilke muligheder har vi for at handle som mennesker - og er vi os overhovedet bevidst, om vi handler som mennesker eller på systemets vegne?

Med sin *koloniseringsese* hævder Habermas, at penge og magt integrerer mennesker hinsides deres vilje. Systemrationaliteten har ikke alene frakoblet sig, den har

koloniseret<sup>73</sup> livsverdensrationaliteten. Markedet og staten har gjort sig selvstændige som "et stykke normfri socialitet"<sup>74</sup>, der påtvinger livsverdenen sine imperativer. Der opstår

brudflader, [...] hvor den materielle reproduktions systemimperativer ubemærket griber ind i formerne for selve den sociale integration og derigennem mediatiserer livsverdenen.<sup>75</sup>

Med *mediatiseringen* griber systemintegrationens mekanismer ind i socialintegrationen. Handlinger også i de traditionelle livsverdensområder koordineres 'bevidstløst' af medier som penge og magt. Det sker, når livsverdenens materielle reproduktion opluges af det økonomiske system, hvis imperativer påvirker livsverdenen, fordi mennesket 'systematiseres' til en økonomisk rolle som lønmodtager og forbruger og tilsvarende til rollen som social klient eller politisk deltager i det politiske system<sup>76</sup>.

Når vi tager udgangspunkt i livsverdenen, så er vores perspektiv i relationen delta-gerorienteret, og vi taler menneske-til-menneske (også når vi som afsender repræsenterer en organisation). Når vi tager udgangspunkt i systemet, så er vores perspektiv tilskuerens; individet er *tingsliggjort*.

	Livsverden	System	
		Offentlig administration	Marked
<b>Roller</b>	'Menneske'	Social klient Politisk deltager	Arbejdstager Forbruger
<b>Relation</b>	Samfundsmæssig	Administrativ Retslig	Økonomisk

Figur 6: Roller og relationer i livsverden og system.

Bl.a. Thyssen peger imidlertid på den mulighed, at vi som mennesker kan foretage en "modsatrettet befrielsesbevægelse" gennem bevidste holdninger over for systemet ud fra livsverdenens tydningshorisont:

Hvad er forholdet mellem de systemiske medier og hverdagens kommunikation, som *formelt* drejer sig om forståelse og koordinering, men som *substantielt* kan tematisere penge, magt, etc. Hvad ligger der i, at medierne koloniserer hverdagen og sætter dens egen dynamik ud af kraft? Er dette forhold ensidigt, eller kan der kon-

<sup>73</sup> Kolonisering: Beherskelse og udnyttelse af fremmed landområde. Beherskelse indebærer påtvungne strukturer, udnyttelse indebærer overførsel af ressourcer til kolonimagten. Jfr. Thyssen:143.

<sup>74</sup> Habermas, *Der philosophische Diskurs der Moderne*, Frankfurt am Main, 1985:404 i Thyssen, 1991:140.

<sup>75</sup> Habermas/TKH:II,279, citeret i Nørager:174.

<sup>76</sup> Jfr. også Nørager:173.

stateres en modsat rettet "befrielsesbevægelse", så livsverdenen tilbageerobrer sin kompetence til at forstå og koordinere?<sup>77</sup>

Livsverden/medie-temaet dækker ifølge Thyssen<sup>78</sup> således over et dobbelt råderum, nemlig 1) Over de penge og den magt, som man kan forbruge, og 2) et ideologisk forhold til pengenes og magtens systemer. Og selv om der kan være indre konflikter i dette dobbelte råderum, fordi konkrete handlinger kan være underlagt en systemtvang, som 'spotter' ideologien, så virker det alligevel tilbage på pengenes og magtens systemer, mener Thyssen. Ikke ved at give en synlig magt til den enkelte konsument eller vælger, men ved at skabe en følsomhed over for bevægelser på det økonomiske og politiske marked.

Således går koloniseringen tilsyneladende ikke alene den ene vej - fra system til livsverden. Den går også den anden vej, således at livsverdenens rationalitet begynder at 'menneskeliggøre' systemet. Eksempler herpå kan fx være begreberne *den politiske forbruger* og *det etiske regnskab*<sup>79</sup>. Det er i dette perspektiv, vi måske også kan betragte public relations praksis.

I en koloniserings-kontekst kan public relations fænomenet altså forklares på to måder: **Som et led i systemets kolonisering af livsverdenen - eller et led i livsverdenens modangreb.** Her er det afgørende, om public relations udøveren agerer som menneske og deltager ud fra livsverdenens forståelsesrationalitet, eller som systemrepræsentant ('arbejdstager') og tilskuer ud fra en strategisk målrationalitet.

## 2.5 ASYMMETRISK ELLER SYMMETRISK KOMMUNIKATION

Med Habermas' tvedeling af rationaliteten og begreberne kommunikativ og strategisk handlen, med hans diskursetik og universalpragmatiske gyldighedskrav og med tendenserne til ændringer i legitimitetsbegrebet får vi en forståelsesramme for nogle centrale begreber i moderne public relations: *Asymmetrisk og symmetrisk dialog*. Det er begreber, der flourer i public relations verdenen i dag<sup>80</sup>, men som i den brede public relations litteratur synes behandlet pragmatisk og med floskelagtige formuleringer. Med sine universelle gyldighedskrav til sproget giver Habermas et analyseværktøj til mere præcise retningslinier for, hvad der skal kræves af kommunikation, for at den er betegnelsen symmetrisk værdig.

Der skal være symmetri mellem dialogparterne på hver af de fire typer sprog-handlinger, som vi møder i sproget. For den konstative sproghandling med kravet om objektiv sandhed gælder det især (*adgang til*) *samme viden*. For den repræsentative

---

<sup>77</sup> Thyssen, 1991:132.

<sup>78</sup> Thyssen, 1991:145-146.

<sup>79</sup> Hvor det dog for sidstnævnte kan argumenteres, at det er et strategisk manipulativt trick fra systemets side for at 'narre' livsverdenen.

<sup>80</sup> Inspireret især af James E. Grunig, først i hans *Managing Public Relations* med Todd Hunt, 1984, senere i *Excellence in Public Relations and Communications Management*, 1992.

sproghandling stilles der først og fremmest krav til dialogparternes subjektive vederhæftighed: Begge parter skal gå ind i dialogen med *et ønske om fælles forståelse - og en hensigt om at handle efter den*. For den regulative sproghandlings sociale dimension gælder det, at *dialogen ikke forvrides af en af parternes særlige magt eller indflydelse over modparten*: I en symmetrisk dialog er man frie og lige. For den kommunikative dimension gælder det, at dialogparterne skal have *samme mulighed for at fortolke og forstå teksten og på samme måde*.

Helt afgørende er det, hvilken rationalitet der er styrende for kommunikationen. Kommunikationen skal være båret af livsverdenens forståelsesorienterede rationalitet hos begge parter for at være symmetrisk og for at kunne karakteriseres som en dialog, der kan leve op til den legitimitetsskabende funktion i dens postkonventionelle form.

De krav, der i en habermask teoriramme må stilles til det symmetriske dialog-ideal i forhold til begrebet asymmetrisk dialog, kan skematiseres som følger. Det er den afgørende pointe, at kommunikation kun kan betegnes som symmetrisk, hvis den foregår som kommunikativ handlen - og ikke fra en strategisk målrationalitet.

Dialogbegreber i public relations ifølge Grunig & Hunt	Dialogparternes 1: Rationalitet 2: Orientering 3: Middel 4: Aktørrolle	Dialogens karakter ud fra 1: Habermas handlingsbegreb 2: Etisk vurdering iflg. Habermas
<b>Symmetrisk dialog</b> Postkonventionel legitimitet	1: Livsverden <-> livsverden 2: Forståelse <-> forståelse 3: Sprog <-> sprog 4: Deltager <-> deltager	1: Kommunikativ handlen 2: Etisk adfærd i offentligheden
<b>Asymmetrisk 'dialog'</b> Konventionel legitimitet	1: System <-> livsverden 2: Strategi <-> forståelse 3: Symbolmedium <-> sprog 4: Tilskuer <-> deltager	1: Strategisk handlen 2: Uetisk misbrug af offentligheden
<b>Ikke dialog</b> (Legalitet)	1: System <-> system 2: Strategi <-> strategi 3: Symbolmedium <-> symbolmedium 4: Tilskuer <-> deltager	1: Strategisk handlen 2: Næppe adgang til offentligheden

Figur 7: Det symmetriske kommunikationskoncept relateret til kommunikationstyper ifølge Habermas.

Taler man fra systemrationalitet til systemrationalitet, kan man også tale om symmetri - men ikke om kommunikation. I en habermask teoriramme kommunikerer man ikke ud fra systemets strategiske målrationalitet. Skal betingelserne for symmetrisk kommunikation være opfyldt, må kommunikationsparterne være baseret i livsverdenen, og vi må kommunikere som deltagere, som menneske-til-menneske. **Kommunikerer vi som tilskuere, fx som formidlere af en organisations budskab, opfylder vi ikke kravene til de diskursive processer, der skaber postkonventionel legitimitet ved at genkoble systemets rationalitet til livsverdenen.**

Asymmetrisk kommunikation kan således omvendt indebære, at man overfører systemrationaliteten til livsverdenen og yderligere bidrager til koloniseringen af livsverdenen. Generering af fornuft forudsætter symmetrisk kommunikation. Asymmetrisk

kommunikation i det offentlige ræsonnement er i en habermask teoriramme misbrug af offentligheden.

## 2.6 PUBLIC RELATIONS MELLEM SYSTEM OG LIVSVERDEN

Ligesom Habermas' offentlighedsbegreb er centralt for den gryende public relations forskning i Danmark, så er system- og livsverdens-sondringen det også. Teorien om den kommunikative og den strategiske handlen er et frugtbart værktøj for analysen af public relations praksis og dens selvforståelse, og afkoblingstesen, som forklarer ændringerne i legitimitetsforankringerne mod kommunikative processer, er en forklaringsramme for udviklingen og væksten i faget gennem de seneste tiår. Som Mortensen bemærker:

Det største potentiale [i Habermas' teorier, sh] ligger måske i, at den instrumentelle rationalitets abstrakte magt- og pengelogikker kan afkræves begrundelser igennem kommunikative processer i det moderne samfund, hvor alt er til debat.<sup>81</sup>

Det er public relations' rolle i disse kommunikative processer, der står centralt i et habermask paradigme. Et springende punkt i diskussionen om public relations bliver således, hvorvidt praksis faktisk kommunikerer, altså medvirker til en ægte dialog ud fra ønsket om fælles forståelse, som parterne har til hensigt at respektere og handle efter; eller om den interaktion, som public relations praksis varetager på sin opdragsgivers vegne, kun foregiver at være kommunikation, men er strategisk interaktion.

De fleste public relations folk vil mene, at kommunikation<sup>82</sup> står centralt i deres virke, og at de kommunikerer med sproget som væsentligste middel. Imidlertid kan man i en habermask forstand 'kommunikere' uden at kommunikere, når man bruger sproget, mens kommunikationens egentlig bærende middel er symbolmedier. Bruger public relations udøveren sproget for *at opnå forståelse, sympati og støtte i de kredse af offentligheden, de har eller vil få kontakt med [på vegne af deres opdragsorganisation, sh]*<sup>83</sup> med organisationens økonomiske mål som styrende hensigt, og ikke en fælles forståelse - så bruges sproget ikke intersubjektivt, men symbolmedie-styret, og så bruges det i en habermask forstand asymmetrisk, som manipulationsmiddel.

Først i et *intersubjektivt public relations paradigme*, der baserer sig på sproget som et intersubjektivt middel til fælles forståelse, åbnes muligheden for en public relations praksis, der kan leve op til public relations udøvernes ideal som udtrykt i *Code of Athens*, der bl.a. explicit i §13 kræver af public relations udøveren, at hun

---

<sup>81</sup> Mag.scient.soc. Nils Mortensen i en kommentar til Heine Andersens forelæsning om Habermas, gengivet i bogen 'Fra Marx til Habermas':270.

<sup>82</sup> Jfr. eksempelvis også titler på adskillige rådgivende public relations virksomheder - tidligere fx Communicatio, Virksomhedskommunikation, nu også KS Consult for Kommunikation og Samfund osv, og de mange undertitler - kommunikation og ledelsesrådgivning mv, samt public relations chefers brug af titlen kommunikationdirektør eller -chef i erhvervslivet.

<sup>83</sup> Uddrag af *Dansk Public Relations Forenings* definition på public relations.



skal afholde sig fra at bruge nogen 'manipulerende' metode eller teknik, som har til hensigt at skabe en ubevidst motivation, som den enkelte ikke kan kontrollere med sin egen fri vilje og derfor ikke kan anses som værende ansvarlig for de handlinger, der sker som følge heraf.

I en habermask forståelsesramme kræver denne formulering implicit, at de universalpragmatiske gyldighedskrav om symmetri overholdes.

Tilsvarende kan man forstå begreberne asymmetrisk og symmetrisk kommunikation i deres *ideal*opfattelse som udtryk for hhv. den målrationelle interaktion og den forståelsesrationelle kommunikation. Når jeg fremhæver 'ideal'dimensionen, så skyldes det, at den symmetriske model i public relations litteraturen på den ene side fremstilles som udtryk for ønsket om en forståelsesorienteret dialog med omgivelserne, på den anden side anbefales som et led i en organisations strategiske adfærd<sup>84</sup>. I et habermask perspektiv betyder det netop asymmetrisk, manipulativ interaktion, som ikke lever op til kravene om de kommunikative processer, der skaber legitimiteten i dens postkonventionelle form.

I Østrig har Roland Burkart under betegnelsen *forståelsesorienteret offentlighedsarbejde* udarbejdet et public relations koncept på basis af Habermas og hans universalpragmatiske gyldighedskrav. Ifølge Burkart er målet med 'forståelsesorienteret offentlighedsarbejde' ikke at overvinde en konflikt, men at skabe en udgangsposition, som han kalder *situationsdefinition*<sup>85</sup>.

<b>Problemniveauer/ Fordringer til ... -&gt; PR-aktivitetens faser</b>	<b>den objektive verden/ sandhed</b> (tema/sagsforhold)	<b>den subjektive verden/ derhæftighed</b> (organisatio- ner, institutioner, personer)	<b>den sociale verden/ rigtighed</b> (interessens legitimitet)
<b>Information</b>	Er de relevante sagsforhold og begreber entydigt fremlagt og defineret og er deres konsekvenser belyst?	Er selvbilledet og egne hensigter fremlagt og belyst? (Kompetent kontaktperson.)	Er egeninteressen retfærdiggjort gennem begrundelse?
<b>Diskussion</b>	Er de relevante sagsforhold og begreber diskuteret?		Er begrundelsens rimelighed diskuteret?
<b>Diskurs</b>	Er der opnået enighed om retningslinierne for vurdering af afgørelser i sagsforhold?		Er der opnået enighed om retningslinierne for vurdering af moralske afgørelser?
<b>Situations- definition</b>	Er der opnået enighed om selve sagsforholdene?	Er der opnået enighed om aktørernes troværdighed?	Blev enighed opnået om selve de moralske afgørelser?

Figur 8: Checkliste for forståelsesorienteret offentlighedsarbejde, Burkart:34 (fra arbejdspapir af Szyscka). E.o.

Det er tilsvarende kritiseret ud fra den pointe, at public relations som strategisk kommunikationsform principielt ikke er i stand til at yde diskurs i en habermask forstand<sup>86</sup>.

<sup>84</sup> Jfr. *Excellence*.

<sup>85</sup> Roland Burkart, *Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für eine verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit*, Braumüller, Wien:19-37 refereret i arbejdspapir af Peter Szyszka, Lüneburg Universitet 1995.

<sup>86</sup> Af Holger Rust, *Die Entgrenzung von Wissenschaft und Praxis*, i Bentele/Rühl *Theorien öffentlicher Kommunikation*, München:Ölschläger, Tyskland 1993:275-287 - jfr. Günter Bentele, *Öffentliches Vertrauen -*

---

*normative und soziale Grundlage für Public Relations* i Armbrecht og Zabel (red.), *Normative Aspekte der Public Relations*, Opladen 1994:154.

### **3. ET PERSPEKTIV PÅ PUBLIC RELATIONS**

Både med sin offentlighedsanalyse, med sin rationalitets-tvedeling i system og livsverden og med sine kommunikative gyldighedsregler har Habermas' teorier vist sig at være en relevant og fyldig forståelsesramme for udviklingen af et public relations paradigme, som griber bredt om fænomenet.

En Habermas-inspireret fortolkning af public relations er, at praksis som en slags tolk mellem systemrationaliteten og livsverdensrationaliteten medvirker til at legitimere sin opdragsgiver i forhold til samfundets krav om hensynet til almenvellet. Bager & Gleerup definerer således public relations som *offentlighedsrelationer* og praksis som 'håndteringen' af sådanne relationer, der beskrives som *samfundsmæssige relationer, hvori parter i rollerne som borgere forholder sig forståelsesorienteret til hinanden om et sagforhold i det politiske tema "forholdet mellem system og livsverden"*.

For fortolkningen af public relations praksis er det dermed afgørende, om udøverens rationalitet er forankret i systemet eller i livsverdenen, altså hvorvidt public relations udøveren arbejder i "de brudflader, som opstår der, hvor den materielle reproduktions systemimperativer ubemærket griber ind i formerne for selve den sociale integration og derigennem mediatiserer livsverdenen"<sup>87</sup>, eller hvorvidt praksis medvirker til den modsatte bevægelse. Som Bager & Gleerup formulerer det:

Det store spørgsmål er jo, om public relations-funktionen er kolonisering og dermed ødelæggende for den grundlæggende skabelse af mening hos samfundsmedlemmerne. Og i forlængelse heraf - og næsten endnu mere vigtigt - kan public relations-funktionen overhovedet varetages, så den får en frisættende effekt og dermed reelt styrker demokratiet?<sup>88</sup>

**Nogle mulige fortolkninger af public relations i en habermask begrebsramme kan altså være, at praksis medvirker enten til yderligere at mediatisere livsverdenen eller til at genetablere systemets kobling til livsverdenens rationalitet.**

Mange symptomer i virkelighedens verden taler for *mediatiserings-tesen*. En dansk public relations håndbog bemærker, at

PR skal langt hen ad vejen få interessenters og magthaveres synspunkter humaniseret, forstået og accepteret.<sup>89</sup>

For *genkoblings-tesen* synes public relations praksis' ideale selvforståelse derimod at tale, som den kommer til udtryk i *Code of Athens*. Med sin forankring i Menneskerettighedserklæringen fremhæver kodeksen,

---

<sup>87</sup> Habermas/TKH:II, 1981/1988:279.

<sup>88</sup> Bager & Gleerup:187.

<sup>89</sup> Blach & Højberg:20.

at mennesker ud over 'rettigheder' ikke blot har fysiske eller materielle behov, men også intellektuelle, moralske og sociale behov, og at de kun har ægte gavn af deres rettigheder i det omfang, disse øvrige behov opfyldes grundlæggende;  
og at public relations udøvere i deres professionelle arbejde og afhængig af, hvorledes dette arbejde udføres, i væsentlig grad kan medvirke til at opfylde disse intellektuelle, moralske og sociale behov.

Man bemærker dog forbeholdet med formuleringen "afhængig af, hvorledes dette arbejde udføres". Fortolker vi public relations som den praksis, der skal medvirke til legitimetsskabende kommunikative processer mellem organisationer og andre aktører i samfundet, så bliver **måden**, praksis udøves på, afgørende for legitimeringen af selve public relations praksis.

Det centrale spørgsmål bliver, hvorvidt public relations overhovedet kan udføres som en legitim aktivitet i et habermask paradigme. Kravet er kommunikativ handlen i offentligheden. Det vil især sige

- \* at den bærende rationalitet skal være forankret i livsverdenen - og ikke et udtryk for systemets strategiske handlen
- \* at hensigten skal være at nå frem til fælles forståelse, som man vil respektere og handle efter - ikke afgrænsede organisationsmål
- \* at public relations udøveren skal handle som borger, som individ - ikke som 'arbejdstager' og repræsentant for organisationen
- \* at kommunikationens sproghandlinger skal opfylde de universalpragmatiske gyldighedskrav, som kan omsættes i krav om symmetri både i den objektive, den subjektive og den sociale verden (samme adgang til viden, sammen hensigt med dialogen, frie og lige dialogparter)
- \* at motivet er den offentlige fællesinteresse - ikke den private særinteresse

lagttager vi public relations i et habermask perspektiv, ser vi altså især

- \* public relations praksis' etiske dilemma
- \* arten af de særlige offentlige relationer, som er public relations praksis' genstandsfelt til forskel fra eksempelvis markedsføringens private genstandsfelt
- \* public relations praksis' focus på offentligheden, og vi får en forklaringsramme for den vægt, public relations praksis lægger på relationerne til massemedia (også på trods af eksistensen af en privat, egentlig politikdannende offentlighed)

Det er imidlertid den moralske vurdering af public relations praksis ud fra distinktionen kommunikation/strategisk handlen, som det habermask perspektiv sætter i centralt focus:

- \* **public relations praksis er god/rigtig/etisk/legitim, når den som kommunikativ handlen kan medvirke til genkoblingen af systemet til livsverdenens rationalitet; og dermed til at fremme legitimiteten til organisatoriske aktiviteter i postkonventionel forstand**
  
- \* **public relations praksis er dårlig/ond/forkert/uetisk/illegitim, når den som strategisk handlen medvirker til systemets kolonisering og mediatisering af livsverdenen, dvs. modvirker genkoblingen af systemet til livsverdenens rationalitet; og dermed ikke formår at fremme legitimiteten til organisatoriske aktiviteter i postkonventionel forstand**

Her er det min påstand, at public relations praksis som organisatorisk handlen grundlæggende tager en strategisk udgang og derfor i en habermask teoriramme vil blive bedømt som socialt uacceptabel - illegitim. Derfor opstår behovet for andre samfundsteoretiske perspektiver for en mere nuanceret fortolkning af public relations fænomenet.

### III NIKLAS LUHMANN: DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME

ET SOCIALSYSTEMISK PUBLIC RELATIONS PARADIGME ER INSPIRERET AF NIKLAS LUHMANN'S UDVIKLING AF SYSTEMTEORIEN MED AUTOPOIESISEN OM SOCIALE SYSTEMER.

AL SOCIAL HANDLING ER FORANKRET I SOCIALE SYSTEMER. DE ER ABSTRAKTE SOCIALE NETVÆRK OPBYGGET AF HVER DERES SÆRLIGE MENING/BETYDNING (SINN), SOM ER ANDERLEDES END OMVERDENENS, OG SOM AFGRÆNSER SYSTEMET FRA OMVERDENEN. DERMED SKABES DER INDEN FOR SYSTEMETS GRÆNSER ET SÆRLIGT HANDLINGSMØNSTER, EN SÆRLIG VIDEN, KUNNEN, MOTIVATION OG DYNAMIK. DET ER DENNE UDDIFFERENTIERING AF FUNKTIONER, OPGAVER OG YDELSER I FORSKELLIGE SYSTEMER MED HVER DERES LOGIK, DER SOM EN EFFEKTIV ARBEJDSDELING ER GRUNDLAGET FOR MODERNE SAMFUNDS UDVIKLING OG VÆKST. TEORIENS CENTRALE PROBLEMSTILLING ER DERFOR OPRETHOLDENDE AF SOCIALSYSTEMERS GRÆNSER.

PERSONALE SOCIALSYSTEMER BEROR PÅ MENNESKER (MEN BESTÅR IKKE AF MENNESKER) OG KAN SPÆNDE FRA FORMALISEREDE ORGANISATIONSSYSTEMER TIL INTERAKTIONSSYSTEMER SOM FX ET MØDE ELLER EN SAMTALE. PÅ ET ANDET NIVEAU HAR VI FUNKTIONSSYSTEMER, SOM ER BASERET PÅ SYMBOLMEDIER SÅSOM PENGE FOR DET ØKONOMISKE SYSTEM, MAGT FOR DET POLITISKE SYSTEM, SANDHED FOR DET VIDENSKABELIGE SYSTEM, KÆRLIGHED FOR FAMILIESYSTEMET OSV., OG HVOR DE FLESTE PERSONALE SOCIALSYSTEMER GRUNDLÆGGENDE FORANKRER HVER DERES SÆRLIGE MENING.

LUHMANN'S AUTOPOIESIS-TESE SIGER, AT SOCIALE SYSTEMER SKABER OG GENSKABER SIG SELV GENNEM EN LUKKET KOMMUNIKATIONS PROCES, SOM ER NORMATIVT FORANKRET I SYSTEMETS EGEN MENING. SYSTEMET ÅBNER SIG FOR INFORMATION FOR OMVERDENEN, MEN SKABER SIG ET BILLEDE AF OMVERDENEN UD FRA SIT EGET VERDENSSYN. ET SOCIALSYSTEMS INTERAKTION MED OMVERDENEN ER AF KOGNITIV, IKKE NORMATIV ART. DER EKSISTERER INGEN MULIGHED FOR ET FÆLLES INTERSYSTEMISK PERSPEKTIV ELLER EN FÆLLES FORNUFT.

ETHVERT SOCIALSYSTEM KÆMPER AF NATUR IMOD STYRING UDEFRA. EKSTERN STYRING SVÆKKER SYSTEMETS MENINGSGRÆNSER, SÆTTER DETS DYNAMIK UD AF KRAFT, OG TRUER DETS EKSISTENS. DET SKER NÅR FX DET POLITISKE SYSTEMS MAGT MEDIE ELLER DET JURIDISKE SYSTEMS RETSMEDIE PÅTVINGES DET PENGEMEDIALE ERHVERVSLIV ELLER DEN SANDHEDSMEDIALE VIDENSKAB. NUTIDSSAMFUNDS TENDENSER TIL EN STIGENDE SELVREGULERING I SYSTEMERNE OG DECENTRALISERET GENSIDIG KONTROL SOCIALSYSTEMERNE IMELLEM KAN SES SOM ET MIDDEL MOD EKSTERN STYRING. EN SÅDAN SELVREGULERENDE ADFÆRD, SOM TAGER HENSYN TIL OMVERDENEN, FORUDSÆTTER REFLEKSION I SYSTEMERNE, DVS. EVNEN TIL AT FORSTÅ SIG SELV SOM OMVERDENEN FOR ANDRE SYSTEMER. EN SELVREGULERENDE ADFÆRD SKER UD FRA HENSYNET TIL SYSTEMETS EGEN OVERLEVELSE.

DET ER MIN TESE, AT MEDIET SAMFUNDSANSVARLIGHED I STIGENDE GRAD MEDREFLEKTERES, FORDI DET ER BLEVET NØDVENDIGT FOR SOCIALSYSTEMETS EKSISTENS. PÅ DEN ENE SIDE FOR AT SIKRE AUTONOMI, FOR SOM AUTOPOIESISEN SIGER: EN VIS ÅBENHED ER FORUDSÆTNING FOR LUKKETHEDEN, SOM PÅ SIN SIDE ER EN FORUDSÆTNING FOR, AT EN VIS ÅBENHED KAN FINDE STED UDEN RISIKO FOR SYSTEMETS EKSISTENS. PÅ DEN ANDEN SIDE FOR AT SIKRE INTERAKTIONEN MED ANDRE SOCIALSYSTEMER, HVOR MEDREFLEKSIONEN AF MEDIET SAMFUNDSANSVARLIGHED SOM ULTIMATIVT FORMÅL HAR AT SKABE DEN OFFENTLIGE TILLID, DER ER EN VOKSENDE FORUDSÆTNING FOR INTERAKTIONEN IMELLEM SOCIALSYSTEMER, JO MERE KOMPLEKST OG DIFFERENTIERET SAMFUNDET BLIVER. ELLERS VIL USIKKERHED OM OMVERDENENS ADFÆRD BLOKERE FOR INTERAKTION.

DET ER HER, VI I ET SOCIALSYSTEMISK PARADIGME KAN SE EN ROLLE FOR PUBLIC RELATIONS I DEN SOCIALE ORDEN. VIA DET OFFENTLIGE KOMMUNIKATIONSSYSTEM (ET FUNKTIONSSYSTEM KOORDINERET AF MEDIET SAMFUNDSANSVARLIGHED) IND- OG AFKODER PUBLIC RELATIONS PRAKSIS 'BILLEDER' TIL BRUG FOR DEN GENSIDIGE REFLEKSION I SOCIALSYSTEMERNE. FORMÅLET ER AT STYRKE DEN OFFENTLIGE TILLID SYSTEMERNE IMELLEM.

AL HANDLEN SOCIALSYSTEMERNE IMELLEM ER KOGNITIV OG FORANKRET I DET ENKELTE SOCIALSYSTEMS EGEN LOGIK. DET GÆLDER OGSÅ PUBLIC RELATIONS AKTIVITETEN. OG FORDI KOMMUNIKATION IFØLGE LUHMANN IKKE ER ET RESULTAT AF MENNESKELIG HANDLEN, MEN ET PRODUKT AF SOCIALE SYSTEMER, ER PUBLIC RELATIONS UDØVEREN I DETTE PERSPEKTIV UDEN EGENTLIG INDFLYDELSE PÅ DEN SOCIALE HANDLENSKOORDINERING.

Det er et gennemgående træk ved videnskaberne i dette århundrede, at man begynder at tænke i systemer. System betyder oprindeligt noget sammensat i forhold til de elementære. Begrebet viser grundlæggende tilbage til helheder i betydningen af enheder, som er mere end blot summen af sine dele. Som sådan er begrebet blevet brugt i flere hundrede år. Moderne systemtænkning har sin oprindelse i 30'erne med biologen Ludwig von Bertalanffy's Den Generelle Systemteori. Han erstatter den traditionelle difference mellem helhed og del med begreberne system og omverden og fokuserer lige så meget på relationerne som på elementerne i et system. Systemtænkningen sætter focus på interaktionen mellem delene, deres samhandlinger og gensidige påvirkninger. I stedet for at betone tingenes iboende egenskaber i en ontologisk tradition finder systemtænkningen, at disse egenskaber først får deres betydning i et samspil. Perspektivet er altså konstruktivistisk. Det er erkendelsen af organiseret kompleksitet (mod tidligere uorganiseret), vi skylder von Bertalanffy, men også sondringen mellem åbne og lukkede systemer. Åbne systemer kan gennem bytteprocesser med deres omverden udvikle en dynamik og variere deres tilstand uden fuldstændig at skulle ændre sine systemstrukturer, når deres omverden ændrer sig. I 2. generationsudgaven af den almene systemteori bliver sondringen mellem lukket og åben mere subtil. Her fokuseres der mere på det autologiske aspekt ved systemer. Det kommer til udtryk i begrebet selvorganisering. Tydeligst kommer konceptet og den grundtanke, at systemer opretholder sig selv og deres indre processer efter en egen indre dynamik og selv styrer deres indre tilstande, frem i konceptet om autopoiesis<sup>90</sup>, som de chilenske biologer Humberto R. Maturana og Francisco Varela lagde grunden til i 60'erne og 70'erne. En væsentlig pointe i deres teori er, at forudsætningen for det autopoietiske systems lukkethed er dets åbenhed. Lukkethed og åbenhed hører altså i autopoiesis-teorien sammen.

Systemteorien har bredt sig til de fleste andre videnskabsområder, fra psykologi til astronomi - og til samfundsvidenskaben, hvor teorien først og fremmest gælder sociale systemer. Det systemteoretiske perspektiv ser sociale fænomener som resultater af interaktionen mellem sociale strukturer og de funktioner, som disse strukturer tjener. Systemteorien lægger således ikke vægten på individet, men anskuer samfundet udefra i et observatør-perspektiv<sup>91</sup>. Individet og individets værdier og mål spiller en sekundær rolle i forhold til de formål, individet tjener i den større struktur, som individet er placeret i. Systemteorien antager, at aktørernes sociale interaktioner er bestemt af den større sociale orden, og at sådanne interaktioner tjener til at opretholde denne orden.

Fra oprindeligt at være en lineær monokausal mål-middel-model har systemteorien i de senere årtier udviklet sig til et polykautalt, cirkulært system/omverden-paradigme. Frontfigur i denne udvikling er i samfundsvidenskaben den tyske sociolog Niklas Luhmann. Luhmann går langt videre end systemteoretikere før han selv og erstatter traditionelle teoribegreber med et omfattende nyt begrebskompleks. Luhmann beholder imidlertid *systemteori* som betegnelse, fordi "det er inden for området for den al-

---

<sup>90</sup> Sammensat af græsk *autos* (= selv) og *poiesis* (= skabelse).

<sup>91</sup> I modsætning til deltager-perspektivet, som vi fx ser Habermas veksle med.



mene systemteori, at de vigtigste forarbejder til den tilstræbte teoritype findes<sup>92</sup>. Med sit hovedværk *Sociale Systemer* fra 1984 oversætter han biologernes autopoiesistese til sociologien med tesen om sociale systemer, der skaber og genskaber sig selv i lukkede selvreferentielle processer, som forudsætter en vis åbenhed. Systemer fungerer på en og samme gang som åbne og lukkede systemer:

Als autopoietisch wollen wir Systeme bezeichnen, die die Elemente, aus denen sie bestehen, durch die Elemente, aus denen sie bestehen, sich selbst produzieren und reproduzieren. Alles, was solche Systeme als Einheit verwenden, ihre Elemente, ihre Prozesse, ihre Strukturen und sich selbst, wird durch eben solche Einheiten im System erst bestimmt. Oder anders gesagt: es gibt weder Input von Einheit in das System, noch Output von Einheit aus dem System. Das heisst nicht, dass keine Beziehungen zur Umwelt bestehen, aber diese Beziehungen liegen auf andere Realitätsebenen als die Autopoiesis selbst.<sup>93</sup>

Inden for samfundsvidenskaben baserer Luhmann sig især på amerikaneren Talcott Parsons' struktur-funktionalistiske systemteori i 50erne<sup>94</sup>. Med årene har Luhmann imidlertid givet den samfundsvidenskabelige systemteori en afgørende drejning i forhold til Parsons. I modsætning til Parsons går Luhmann ikke ud fra, at et socialt system til stadighed råder over samme forpligtende, kollektive norm- og værdimønstre. For, siger han, netop i vort moderne, mangfoldigt differentierede samfund er det vanskeligt at finde vedvarende ensartede værdi- og strukturnormer. Luhmann sætter derfor funktion før struktur og kalder sin systemteori funktionsstrukturel. Den funktionelle analyse træder stærkere frem, mens den strukturorienterede synsvinkel træder i baggrunden.<sup>95</sup>

Luhmanns teorisystem er overraskende, anderledes, inspirerende - og omfattende. Dette speciale prætenderer ikke at give en indføring i Luhmanns teori om sociale systemer, men vil alene berøre emnekredse, som jeg har fundet centrale for fortolkningen af public relations i et systemteoretisk paradigme.

Jeg opridses først det iagttagende perspektiv - moderne systemteori med hovedbasen i Luhmanns teorier - og beskriver dernæst, hvad jeg i det luhmannske perspektiv mener at se i iagttagelsen af public relations fænomenet og dets omverden. Det sker med en høj grad af abstraktion - vel vidende, at det er en krævende metode, ikke mindst for læseren, men også givende. Med det høje abstraktionsniveau undgås den reduktion af kompleksitet, som konkrete eksemplificeringer fra 'virkeligheden' ville indebære.

Jeg siger derfor med Luhmann:

---

<sup>92</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:4.

<sup>93</sup> Luhmann i *Die Autopoiesis des Bewußtsein*:403, i *Soziale Welt* 36 (1985):402-446, cit. i Kneer & Nassehi:59.

<sup>94</sup> Habermas baserer sig også til en vis grad på Parson's i teorierne om samfundets mediatisering.

<sup>95</sup> Jfr. Kneer & Nassehi, kapitel 3.1 *Funktional-strukturelle Systemtheorie*.

Flyveturen må finde sted over skyerne, og man må regne med et temmelig lukket skydække. Man må forlade sig på egne instrumenter.<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:4.

## 1. LUHMANNS TEORI OM SOCIALE SYSTEMER

Når flere personers handlinger knyttes sammen, opstår der altid et socialt system, som afgrænser sig fra omverdenen. Sociale systemer (socialsystemer) er i deres simpleste udgave uformaliserede *interaktionssystemer* - fx et par mennesker, der taler sammen. På et formaliseret niveau taler vi om *organisationssystemer* - fx foreninger, erhvervsvirksomheder og regeringer, men også en børnehave, en bridgeklub, en informationsafdeling osv; vi kan altså ikke umiddelbart sidestille et organisationssystem med en organisation. Endelig er et *samfund* det mest omfattende socialsystem:

[...] enhver social kontakt bliver begrebet som system lige frem til samfundet forstået som helhed af varetagelsen af alle mulige kontakter.<sup>97</sup>

Sociale systemer kan ikke eksistere uden psykiske systemer, dvs. mennesker. Men sociale systemer *består ikke af mennesker*. Som psykiske systemer vil mennesker altid være omverden for socialsystemerne<sup>98</sup>.

<b>Sociale systemer</b>	<b>Psykiske systemer</b>
<b>Konstitueres af <i>mening</i> processeret af <i>kommunikation</i></b>	<b>Konstitueres af <i>mening</i> processeret af <i>bevidsthed</i></b>
<p>Samfundssystemet med delsystemer: funktionssystemer</p> <p>Organisationssystemer (formaliserede)</p> <p>Interaktionssystemer (uformaliserede)</p>	<p>Mennesker = personer, anknytningspunkter for socialsystemers kommunikation.</p> <p>Omverden for socialsystemer.</p>

Figur 9: Karakteristika ved sociale hhv. psykiske systemer.

Fra Luhmanns omfattende begrebsunivers om socialsystemer er de hovedbegreber, jeg vil koncentrere mig om: Komplexitet, mening og meningsgrænser, kommunikation, lukket/åbenhed (autopoiesis), iagttagelse, strukturel kobling, refleksion og koder/symbolmedier.

Hovedproblemet i Luhmanns systemteori er verdens*kompleksiteten*. Komplexiteten reduceres ved sondring mellem system og omverden. Denne sondring etableres ved *mening*<sup>99</sup>. Mening gør kompleksiteten håndterbar ved at skabe de *grænser*, der ad-

<sup>97</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:18.

<sup>98</sup> Det gælder fx også medarbejdere i en organisation.

<sup>99</sup> Tysk: Sinn (**ikke** Meinung, tilsvarende på engelsk sense eller meaning, **ikke** opinion). Kan også oversættes med *betydning*.

skiller systemet fra omverdenen. Mening skabes og genskabes gennem *kommunikation*. Processen sker i en *lukket* selvreferentiel proces, men en vis *åbenhed* er nødvendig for at hente information ind til stimulering af den systeminterne kommunikation. Kommunikationen koordineres af *koder* (*symbolsk generaliserede medier*), som socialsystemer grupperer sig om i samfundets uddifferentierede funktionsområder. De muliggør en arbejdsdeling med høj specialisering og kompleksitet inden for hvert funktionsområde, men splitter samtidig samfundet i systemer, der ser verden ud fra hver deres logik og perspektiv og lukker sig om hver deres mening. Omverdenen kan ikke trænge ind i et system, men kan kun påvirke det strukturelt udefra. Systemer er *strukturelt koblete* til deres omverden. Midlet er *iagttagelse*. *Refleksion* er en højere grad af iagttagelse, hvor systemet kan tematisere sig selv i forhold til sine omverdenssystemer og motiveres til en vis hensyntagen til andre socialsystemer. Det er i denne forbindelse, public relations forsøges skitseret. Det er en pointe i et socialsystemisk public relations paradigme i modsætning til det tidligere indkredsede ud fra Habermas' teorier, at denne hensyntagen ikke er af normativ karakter, men sker ud fra et funktionelt hensyn til egen eksistens.

### 1.1 KOMPLEKSITETEN

I systemteorien er alt system eller omverden - undtagen verden<sup>100</sup>. Mellem den yderste verdenskompleksitet og den menneskelige bevidsthed er der et gabende stort hul. Det er her, socialsystemerne træder i funktion. De varetager den opgave, der hedder *reduktion af kompleksitet*. Socialsystemer formidler mellem den ubestemte verdenskompleksitet og det enkelte menneskes begrænsede kapacitet til at forarbejde kompleksitet.

Durch Grenzziehung und Konstituierung einer Differenz von Außen und Innen entstehen Bereiche unterschiedlicher Komplexität. Die Welt ist stets komplexer als jedes System in der Welt; das heißt, in der Welt sind mehr Ereignisse möglich als im System; sie kann mehr Zustände annehmen als ein System. Im Vergleich zur Welt schließt ein System für sich selbst mehr Möglichkeiten aus, reduziert Komplexität und bildet dadurch eine höhere Ordnung mit weniger Möglichkeiten, an der sich das Erleben und Handeln besser orientieren kann. Die Trennung von Außen und Innen stabilisiert mithin ein Gefälle der Komplexität, um eine begrenzte Auswahl von Möglichkeiten dem Erleben und Handeln näher zu bringen.<sup>101</sup>

Socialsystemer reducerer verdenskompleksiteten ved som *Inseln geringerer Komplexität*<sup>102</sup> kun at lukke visse muligheder ind - og udelukke resten. Grænserne mellem system og omverden markerer derfor et fald i kompleksiteten; omverdenen vil altid være mere kompleks end systemet.

<sup>100</sup> Verden er ikke noget system, for den har intet ydre, som den afgrænser sig mod; ingen omverden. Den kan heller ikke begribes som omverden, for enhver omverden forudsætter omvendt et system, som ikke selv hører til omverden. Verden er altså hverken system eller omverden; den omfatter alle systemer og deres omverdener. Verden er altså enheden af system og omverden. Alt, hvad der sker, sker i verden. Jfr. Kneer & Nassehi:40.

<sup>101</sup> Luhmann, *Zweckbegriff und Systemrationalität, über die Funktion von Zwecken in sozialen Systemen*, Tübingen 1968:121 - cit. Weber:60. Min understregning.

<sup>102</sup> Luhmann, *Soziologische Aufklärung*, 5. bind, Opladen 1970/1990, 1:116 cit i. i Kneer & Nassehi:41.

Det muliggør samtidig opbygning af en særlig kompleksitet inden for systemets grænser, forankret i systemets særlige mening.

## 1.2 MENING OG MENINGSGRÆNSER

Det er gennem sin særlige *mening*, et system afgrænser sig til sin omverden. Et socialsystem er derfor noget meget abstrakt<sup>103</sup>; i hovedsagen mening, der opstår og afgrænser sig til anden mening. Begrebet mening er helt centralt i Luhmanns teoridannelse, men forstået på en ganske anderledes måde, end sædvanen har været det i sociologien. Centralt, fordi det netop er mening, der konstituerer og integrerer sociale systemer. Anderledes, fordi mening er et subjektløst begreb. For Luhmann er mening en *før-sproglig*<sup>104</sup> *funktionel* selektionsydelse. Han definerer mening

"primär, also ohne Bezug auf den Subjektbegriff, weil dieser als sinnhaft konstituierte Identität den Sinnbegriff schon voraussetzt"<sup>105</sup>.

Socialsystemers selektion er ikke styret af en menneskelig bevidsthed, men ligger indbygget i socialsystemerne.

*Selektion* kan [...] ikke længere begribes som en subjektets foranledning, ikke begribes analogt til et handlingsbegreb. Selektion er en subjektløs proces, en operation, som udløses via etablering af en difference.<sup>106</sup>

Systemets grænser er *meningsgrænser*, som gør en forskel på, hvad der giver mening i systemet og i systemets omverden<sup>107</sup>.

Soziale Systeme sind *sinnhaft* identifizierte Systeme. Ihre Grenzen sind nicht physischer Natur (obgleich natürlich physische Grenzen, etwa solche territorialer Art, Sinnengrenzen symbolisieren können), sondern sind Grenzen dessen, was in Sinnzusammenhängen relevant sein kann... Sinn ist eine bestimmte Strategie des selektiven Verhaltens unter der Bedingung hoher Komplexität.<sup>108</sup>

---

<sup>103</sup> En virksomhed fx er altså i systemteorien ikke afgrænset af mure og en fabriksport (men de kan symbolisere meningsgrænser). Men af, hvad der er meningsfuldt. Uden for virksomheden er det noget andet, der giver mening, end indenfor.

<sup>104</sup> Mening skabes altså ikke, som fx hos Habermas, gennem sproget. En følge er den væsentlige, at man ikke kan lade sprogteorien danne et udgangspunkt for samfundsteori: "I socialteorien må da såvel sprogteoriens primat som begrebet om intersubjektivitet blive opgivet, og på deres sted indtræder konceptet om det selvreferentielt lukkede system af samfundsmæssig kommunikation." Luhmann, *Wie ist Bewusstsein an Kommunikation beteiligt?* i Hans Ulrich Gumbrecht/K. Ludwig Pfeiffer (red.), *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt 1988:899 cit. i *Autopoiesis*:88.

<sup>105</sup> Luhmann, *Sinn als Grundbegriff der Soziologie*, i *Habermas und Luhmann*, 1971:28.

<sup>106</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:29.

<sup>107</sup> Spencer Brown benævner grænsen mellem system og omverden som 'A distinction, not a separation'. George Spencer Brown: *Laws of Form* cit. i Rühl 1994.

<sup>108</sup> Luhmann, *Moderne Systemtheorien als Form gesellschaftlicher Analyse*, i *Luhmann und Habermas*, 1971:11-12.

Meningen får sit eget liv i form af systemet, sin egen berettigelse, som der efterhånden ikke længere stilles spørgsmål ved. Meningen er styrende for, hvad systemet vælger at lade gælde som verden, som en håndterbar virkelighed. Mening er dermed en hjælp til at kunne selekttere i universet af muligheder; *identificerede forventningsstrukturer*.

Det er meningsdifferencen mellem system og omverden, der konstituerer et system, og som er omdrejningspunktet i Luhmanns systemteori. Mening kan ikke passere over grænserne. For **passerer mening over grænserne, ophæves differencen mellem system og omverden, grænserne nedbrydes og systemet opløses. Luhmanns centrale problemstilling er derfor, hvordan systemer bevares deres grænser intakte.**

### 1.3 KOMMUNIKATION

Det er i det hele taget forkert at søge efter en 'bærer' for mening. Mening bærer sig selv, idet den selvreferentielt gør sin egen reproduktion mulig,<sup>109</sup>

påpeger Luhmann. Denne reproduktion foregår gennem kommunikation. Gennem fortløbende at slutte meningsbåren kommunikation til kommunikation producerer og reproducerer systemet selv sin mening - og dermed sig selv. Socialsystemets 'produktionsapparat' er kommunikation - de elementer, som et socialsystem grundlæggende består af.

Et socialt system konstituerer sig som handlingssystem på basis af kommunikationens grundhændelse og med dennes operative midler. Det udfærdiger i sig selv en beskrivelse af sig selv for at fortsætte processen, for at styre reproduktionen af systemet.<sup>110</sup>

I en luhmannsk teoriramme er kommunikation imidlertid hverken, hvad vi i dagligdags forstand eller i gængs kommunikationsteorisk tradition forstår ved kommunikation. For når sociale adfærdsmønstre begribes som autopoietiske systemer, som Luhmann gør det - så står det i modsætning ikke bare til Habermas, men til stort set den samlede filosofiske og sociologiske tradition, som beskriver sociale sammenhænge med en subjektfilosofisk begrebslighed, hvor mennesket er det sociales sidste enhed: Samfundet består af mennesker, og kommunikation tænkes i forhold til kommunikerende subjekter. Sådan er det ikke ifølge Luhmann. Mennesker befinder sig i socialsystemernes omverden, og de er ikke ophavsmænd til kommunikationer. **Kommunikation er ifølge Luhmann ikke et resultat af menneskelig handlen, men et produkt af sociale systemer.**<sup>111</sup>

---

<sup>109</sup> Luhmann, *Soziale Systeme*:141.

<sup>110</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:142.

<sup>111</sup> Blot et af mange eksempler, der demonstrerer Luhmanns kollisionskurs med den udbredte opfattelse af kommunikationsbegrebet, et citat af den hollandske public relations professor, teologen Anne von der Meiden: "Perhaps it is time to rename the well-known concept of corporate communication and communication management with the term 'human communication'. Organisations do not communicate, people

Mennesket kan ikke kommunikere; kun kommunikation kan kommunikere.<sup>112</sup>

Psykiske systemer (mennesker) opererer med mening i lukkede bevidstheds-sammenhænge. Sociale systemer opererer med mening i lukkede kommunikations-sammenhænge. De bevidsthedssystemer, der indgår i kommunikationen, opererer lukket om deres selvreference. Derimod er kommunikation og bevidsthed strukturelt kobledede. Det ene kan ikke eksistere uden det andet, men de smelter ikke sammen. De er to forskellige og forskelligartede systemer, som forbliver omverden for hinanden. Følgelig opstår der ikke et eller andet supersystem, som omfatter kommunikation og bevidsthed i en retning, der peger mod en kollektiv bevidsthed eller Habermas' kommunikative handlen.<sup>113</sup>

Luhmann opstiller i stedet sit eget *selektionsorienterede kommunikationsbegreb*. **Kommunikation er selektion af, hvad der er meningsfuldt.** Selektionen foretages af systemet selv og beror ikke på menneskelige valg. Et system er altså selv-reflekteret kommunikation. Det er ved at forarbejde kompleksitet gennem kommunikation som en løbende selektionsproces, systemet skaber og genskaber sig selv.

Kommunikation sætter på denne måde systemdannelse i gang. Uanset hvordan den holdes i gang, dannes tematiske strukturer og redundant til rådighed stående meningsindhold. Der opstår en selvkritisk masse, som frembringer tilbud med antagelses/afvisnings-muligheder.<sup>114</sup>

Kommunikationen foregår som *en tredelt processeren af selektion*<sup>115</sup> af hhv *information, meddelelse og forståelse* mellem alter og ego<sup>116</sup>. Socialsystemet selekterer blandt flere muligheder, både når det gælder information, meddelelse og forståelse. Og først, når alle tre faktorer er gået op i en højere enhed - en syntese - kan man tale om kommunikation. Forståelse er altså en forudsætning. Forståelse bruges sædvanligvis i public relations praksis sammen med begreber som sympati og støtte, altså i en begrebsramme med psykologiske undertoner<sup>117</sup>. Luhmann derimod forstår

---

communicate. Business-to-Business communication is a nonsense term: Business does not communicate, people do." von der Meiden:7.

<sup>112</sup> Luhmann i *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt/M., 1990:31 i Kneer & Nassehi:66.

<sup>113</sup> Når kommunikation i hverdagen tilregnes menneskelige handlinger, så har det ifølge Luhmann den forklaring, at sociale systemer reducerer kommunikation til meddelelse og tilregner den som handling til enkelte personer. På den måde sikrer socialsystemer sig identifikationspunkter, som de kan henholde sig til i den fortløbende kommunikationsproces. Men, pointerer han, **så snart man begriber kommunikation som en meddelelshandling, forfejler man det sociales emergente karakter**. Jfr. Kneer & Nassehi:89.

<sup>114</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:147.

<sup>115</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:125.

<sup>116</sup> Hvor alter kan jævnføres med afsender og ego med modtager i gængs sprogbrug, men bemærk prioriteringen af modtageren.

<sup>117</sup> Jeg minder blot om Dansk Public Relations Forenings (DPRF) definition med et par uddrag: [...] at opnå forståelse, sympati og støtte i de kredse af offentligheden [...] at søge opnået bedre forståelse for virksomheden og dens samfundsmæssige betydning.

forståelse ikke som en operation, der tjener til at forbedre transparensen mellem individer, men tværtom som et systeminternt produkt<sup>118</sup>. Hver tilslutningskommunikation signalerer, om den forrige kommunikation er blevet forstået på den tilsigtede måde:

Det har en meget vidtrækkende betydning for helhedsforståelsen af kommunikation, at forståelse er et uundgåeligt moment i kommunikationens tilblivelse. Deraf følger nemlig, at *kommunikation kun er mulig som selvreferentiel proces*.<sup>119</sup>

Man må ud fra dette konkludere, at forståelse kun er mulig inden for samme socialsystem, fordi forståelse forudsætter samme reference hos ego som hos alter<sup>120</sup>. **Kommunikation må følgelig begribes som en systemintern selektionsproces, der ikke kan foregå over et socialsystems meningsgrænse.**

Jeg vil dog pege på, at der mellem socialsystemer - også organisationssystemer - kan opstå kommunikationssystemer i form af interpenetrationszoner imellem systemerne<sup>121</sup>. De kan formentlig tage en mere eller mindre stabil og varig form både som formaliserede organisationssystemer og interaktionssystemer, der løbende opstår og opløses. Luhmann skriver om denne nødvendighed for etablering af kommunikative "hjælpesystemer":

Grænseindretningens egenselektivitet, grænsezoner, grænsesteder reducerer således ikke blot den eksterne, men også systemets interne kompleksitet med den følge, at intet system kan formidle den fulde kompleksitet af et andet system, gennem en kontakt formidlet over grænser, selv ikke hvis informationsforarbejdningsskapaciteten skulle være tilstrækkelig hertil. Den givne interne organisation af den selektive relationering ved hjælp af uddifferentierede grænseorganer fører da til, at systemer er ubestemmelige for hinanden, og at nye systemer (kommunikationssystemer) opstår til at regulere denne ubestemmelighed.<sup>122</sup>

I det følgende vil jeg, når referencen er systemteorien, forbeholde begrebet kommunikation til *kommunikation med samme systemreference*. Det, vi i gængs public relations forstand kalder kommunikation, og som oftest foregår på tværs af systemreferencerne, må nøjes med betegnelsen interaktion<sup>123</sup>.

---

<sup>118</sup> Som det vil være fremgået, så mener Luhmann nemlig ikke, som fx Habermas gør det, at kommunikation drejer sig om, at levende væsener afstemmer sig efter hinanden; derimod for socialsystemer "om at finde afstemning med henblik på verdens-sagforhold, som er kontingente (som altså kunne være anderledes), dvs. koordinere selektivitet". *Sociale Systemer*:136-137.

<sup>119</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:127.

<sup>120</sup> "Om kommunikation kan man, uanset hvordan processens tekniske udrustninger ser ud, kun tale, når kompleks A's tilstandsændring korresponderer med en tilstandsændring i kompleks B, selv om begge komplekser havde andre muligheder for tilstandsbestemmelse." Luhmann, *Sociale Systemer*:33.

<sup>121</sup> Interpenetration er den gensidige gennemtrængning af to forskellige systemer, hvorved en ny systemenhed opstår i interpenetrationszonen, der tjener som bindeled mellem de to forskellige systemer.

<sup>122</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:27.

<sup>123</sup> Og jeg vil for klarhedens skyld påpege, at Habermas vil hævde, at det, Luhmann kalder kommunikation, netop **ikke** er kommunikation.



#### 1.4 AUTOPOIESIS OG LUKKET/ÅBENHEDEN

Produktionen og reproduktionen af mening er således en lukket, selvreferentiel selektionsproces - Luhmann kalder denne "Selbstbeweglichkeit des Sinngeschehens" for "autopoiesis par excellence"<sup>124</sup>. Autopoiesis betyder selvskabelse, og autopoietiske systemer skaber og genskaber sig selv i en lukket proces. Overført til socialsystemer, som skabes og genskabes i form af flygtige elementer såsom beslutninger, afgørelser, ordrer mv i en løbende proces, betyder det, at kommunikationen er en lukket proces.

Imidlertid er impulser fra omverdenen nødvendige til at stimulere den systeminterne kommunikation. For skal sociale systemer kunne håndtere den løbende reduktion af verdenskompleksitet, må de udvikle deres egen kompleksitet. Reglen ifølge Luhmann er, at jo mere komplekst et system er, des bedre er det rustet til at reagere på forandringer i omverdenens kompleksitet. Med andre ord: Socialsystemer behøver en vis åbenhed for at bevare deres lukkethed; der skal en grad af fremmedreference ind i systemerne for at gøre selvreferencen frugtbar. Socialsystemer indvinder "ved hjælp af differencen mellem selvhenviisning og fremmedhenviisning (kort: ved hjælp af medløbende selvreference) informationer, som muliggør deres selvreproduktion"<sup>125</sup>.

Alt dette [systemdannelsen] uddifferentierer sig som proces fra en omverden, der holdes parat i temaer, som kan intenderes i kommunikationer og producere hændelser, som i systemet kan viderebefordre information. Systemet befinder sig [...] i en slags vedvarende pirring, som det selv reproducerer, men som også kan stimuleres udefra - ligesom ved et nervesystem. Det vinder med alt dette en egen kompleksitet, og det reproducerer samtidig orden i betydning af reduceret kompleksitet.<sup>126</sup>

Ethvert socialsystem kan kun erfare et udsnit af verden. Størrelsen af dette udsnit bestemmes først og fremmest af, hvor mange tilstande og muligheder der er accepteret inde i systemet. Gennem kommunikationen inde i systemet, som udvider systemets temarepertoire, udvides systemgrænserne<sup>127</sup>. Selv om kommunikation altså er en systemintern aktivitet, kan systemet fra omverdenen hente stimulation til sin kommunikation for at forbedre sin kompleksitet. Kommunikation er således at forstå også som socialsystemets refleksive analyse af sig selv.

**Denne forståelse af systemer som på en og samme gang åbne og lukkede er Luhmanns radikale bidrag til den samfundsvidenskabelige systemteori.**

---

<sup>124</sup> Luhmann, *Soziale Systeme*:101.

<sup>125</sup> Luhmann, *Soziale Systeme*:607, e.o.

<sup>126</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:147. Modsat Habermas, så er hensigten med kommunikationen altså ikke integration og konsens, men snarere dissens for at skabe uro og dermed udvikling: "[...] kommunikation kan ikke begribes som systemintegrerende ydelse, ikke som fremstilling af konsensus. Det ville nemlig betyde, at den undergravede sine egne forudsætninger og kun kunne holdes i live gennem tilstrækkelig mislykkethed." Samme:146. Derimod: "Gennem kommunikation begrunder og øger systemet sin følsomhed og udsætter sig således gennem vedvarende sensibilitet og irritabilitet for evolutionen." Samme:146-147.

<sup>127</sup> Jfr. Luhmann, *Sociale Systemer*:169.

[...] lukkethed tjener ikke som formål i sig selv, heller ikke som eneste opretholdelsesmekanisme eller som sikkerhedsprincip. Den er snarere mulighedsbetingelsen for åbenhed.<sup>128</sup>

**Jeg tolker autopoiesis-tesen således, at socialsystemer er *normativt lukkede*<sup>129</sup> og *kognitivt åbne*. De er lukkede over for spørgsmål om deres grundlæggende verdenssyn og rationale, for det er det, der driver systemet. Ændres det, opløses socialsystemet og et nyt opstår, men det er en risikofyldt proces. Et socialsystem stiller altså ikke spørgsmål ved sin egen berettigelse og logik. Det lukker sig normativt om sit eget rationale, men åbner sig for information om, hvordan det mest effektivt opererer ud fra dette rationale. Den normative lukkethed er en funktional forudsætning for åbenheden<sup>130</sup>.**

### 1.5 IAGTTAGELSE

Den åbenhed, et autopoietisk system kan praktisere, kan karakteriseres som *iagttagelse*. Et system kan som operativt-lukket system ikke kommunikere med sin omverden, men det kan *iagttage* sin omverden og hente *informationer* hjem til den systeminterne kommunikation og således kommunikere om sin omverden. Al iagttagelse sker ud fra det særlige perspektiv, som iagttagelsens operation anvender - et punkt, der er usynligt for iagttageren: Systemets blinde plet.

Det betyder for det første, at systemets kun ser, hvad der giver mening ifølge dets egen logik. Det er op til systemet selv at definere, hvad det vil lade gælde som information. Det skal med Bateson's ofte citerede formulering være *a difference that makes a difference*, dvs. være noget, der opleves som relevant for systemet - noget, der *gør en forskel* for systemet, før systemet motiveres til at kommunikere over det.

For det andet, at det iagttagede fortolkes efter systemets logik. Når først en information er hentet ind i systemets kommunikation, omkodes de eksterne impulser og kan i systemet tage en helt anden karakter. De begreber, der foranlediger den systeminterne kommunikation - irritation, parring, forstyrrelse, med Luhmanns ord - betegner systeminterne operationer, og ikke et kausalforhold mellem system og omverden.<sup>131</sup> Grænseoverskridende processer som fx informationsudveksling stilles ved

---

<sup>128</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:401.

<sup>129</sup> Når Luhmanns projekt er at formulere et ikke-normativt begreb for det sociale, tolker jeg det som vedrørende intersystemiske relationer. Så når jeg bruger begrebet normativitet, er det 1) som en modstilling til begrebet kognitiv for at pointere, at inter-systemiske relationer kun kan være kognitive 2) fordi systemets kommunikation er forankret i et særligt ureflekteret verdenssyn, system-internaliserede standarder; som vel kan sidestilles med normer, defineret som 'mere eller mindre forpligtende, alment gældende forskrift for menneskelig handlen' (*Grundbegriffe der Soziologie*, Opladen 1995, e.o.) inden for systemets grænser.

<sup>130</sup> Fordi socialsystemer ifølge autopoiesis-teorien lukker sig normativt omkring spørgsmål om **hvorfor**, og åbner sig kognitivt kun omkring spørgsmål om **hvordan**, så vil et politisk funktionsforankret system altså ikke spørge sig selv: "Hvorfor skal vi have mere magt?", og et økonomisk tilsvarende ikke "Hvorfor skal vi tjene flere penge?", for magten og pengene er det normative grundlag for systemernes konstitution. Men de vil spørge: "Hvordan kan vi få mere magt?" og "Hvordan kan vi tjene flere penge?". Hvorfor-spørgsmål bliver først mulige med 2. ordens systemers refleksion, se senere.

<sup>131</sup> Jfr. Luhmann, *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt/M. 1990:40 i Kneer & Nassehi:71.

overskridelsen af grænsen under andre betingelser for fortsættelse (fx andre betingelser for konsensus)<sup>132</sup>.

Hvad et system således reagerer på i omverdenen og hvordan, afhænger helt af systemets egen logik. Et iagttagende system kan kun erkende noget, som giver mening i dets egen referenceramme. Erkendelsen er bundet til systemets egen logik. Den iagttagede genstand kan derfor ikke være 'objektiv' eller 'reel' eller 'virkelig'. Og iagttagelsens logik er ikke det iagttagede fænomens logik, men det iagttagende systems logik. **Iagttagelse indebærer derfor ikke en dækkende genspejling af den ydre verden, men en systemintern konstruktion af en systemekstern verden.**

### 1.6 STRUKTUREL KOBLING

Socialsystemer kan ikke kommunikere med hinanden på en måde, så mening passerer over grænserne. Det ville indebære samstemning af mening, dermed opløsning af grænser, og dermed igen opløsning af systemerne. Omverdenen kan altså ikke trænge ind i et system og en eventuel påvirknings effekt afgøres af det påvirkede systems egen struktur. De operativt lukkede systemer er *strukturelt kobled* til deres omverden<sup>133</sup>. Organisationssystemer beror på et omfattende og kompliceret netværk af strukturelle koblinger til andre systemer.

Til brug for disse strukturelle koblinger kan socialsystemerne stille *forestillede rum* (muligheder) eller *billeder* (helheder) til rådighed for hinandens iagttagelse og hver især afkode ud fra disse. **Strukturel kobling kan ikke forstås kommunikativt i retning af gensidig forståelse, men kombinationen af forestillede rum eller billeder og strukturel kobling muliggør en koordinering imellem systemer.**

Begreberne forestillede rum og billeder har særlige interesse i fortolkningen af public relations. Man kan forestille sig, at public relations praksis netop arbejder med ind- og afkodning af sådanne rum og billeder til brug for socialsystemernes strukturelle koblinger<sup>134</sup>.

### 1.7 REFLEKSION

---

<sup>132</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:19.

<sup>133</sup> Luhmann i *Autopoiesis*:14. Strukturel kobling baserer sig på muligheden for interpenetration mellem systemer. Begrebet er ikke entydigt defineret i systemteorien, som fx. Åkerstrøm Andersen:254 påpeger. På Internettet har jeg i januar-februar-marts 1996 været tilkøbet en intens Luhmann-mailbox-diskussion mellem Detlef Horster, Hannover Universitet, Lutz Bornmann, Kassel Universitet, Sverre Moe, Højskolen i Stavanger, Armin Nassehi m.fl. bl.a. om afgrænsningen af begreberne interpenetration og strukturel kobling. Flere hævder, at der hos Luhmann er tale om samme begreb. Luhmann har overtaget interpenetrationsbegrebet fra Parsons, men har i sine senere arbejder erstattet det med begrebet strukturel kobling. Diskussionsdeltagerne er ved speciale-redigeringens afslutning enedes om, at Luhmann endnu ikke har bearbejdet det strukturelle koblingsbegreb tilstrækkeligt. Jeg bruger interpenetration og strukturel kobling i flæng som svar på det centrale spørgsmål: "Wie können Systeme sich beeinflussen, bzw. beeinflusst werden, wenn Kausalität (als Bewirken einer Wirkung) ausgeschlossen ist?", som Horst Wasser, Köln, skriver på mailbox-konferencen i februar 1996.

<sup>134</sup> Fx opstiller Knorr/Faulstich et koncept, hvor public relations' væsentligste opgave netop er *Image-Gestaltung für Strukturhomologie*. Mere herom senere.

Willke<sup>135</sup> betegner strukturel kobling som

supervision, en gensidig refleksionsproces, hvorigennem blinde pletter i systemernes interne kommunikation gøres tydelige og behandles, som om de kan forandres. [...] Det pågældende system korrigerer herefter sig selv i forhold til dets selvstændige fortolkning og dekodning af den blinde plet.<sup>136</sup>

Så radikalt forstår jeg ikke strukturel kobling hos Luhmann. På 1. orden kan strukturel kobling blot være gensidig iagttagelse, mens *refleksion* er en mere krævende 2. ordens operation og - som det vil vise sig - formentlig det helt centrale begreb for en socialsystemisk public relations fortolkning.

Enhver iagttagelse er afhængig af det iagttagende systems operationsmodus og benytter sin egen distinktion som sin blinde plet. Imidlertid gives der med refleksionen en mulighed for at justere disse blinde pletter:

En iagttager kan ikke se, hvad han ikke kan se. Han kan heller ikke se, at han ikke kan se, hvad han ikke kan se. Men der gives en korrekturmulighed: iagttagelse af iagttageren. Ganske vist er også iagttageren af anden orden bundet til sin egen blinde plet, ellers kunne han ikke iagttage. Den blinde plet er så at sige hans apriori. Men når han iagttager en anden iagttager, kan han se *dennes* blinde plet, *dennes* apriori, *dennes* latente strukturer.<sup>137</sup>

Ved at skifte fra et monokonteksturalt til et polykonteksturalt verdenssyn kan systemet bevæge sig op til en iagttagelse af 2. orden. Den monokonteksturale aktør anskuer et problem ud fra et snævert, entydigt perspektiv. Det ændrer sig med overgangen til 2. ordens iagttagelsen, hvor der kommer endnu en distinktion til oven i den første, og verdenssynet bliver polykonteksturalt.

Ud fra arten og graden af selviagttagelse kan man således graduere systemer i tre ordener.

Orden	Selviagttagelsens karakter	Karakteristika
0	Selviagttagelse	Systemet kan iagttage sig selv.
1	iagttagelse af selviagttagelsen = basal selvreference = <b>refleksivitet</b>	Monokonteksturalt verdenssyn. Et enten-eller ud fra den binære skematik. Problem anskues ud fra et snævert, entydigt perspektiv. Selv-iagttagelsen suppleret med en selv-refleksion. Systemet reflekterer forskellige egenskaber ved sig selv.
2	iagttagelse af	Polykonteksturalt verdenssyn.

<sup>135</sup> Willke har skrevet en af de mest benyttede tysksprogede introduktioner til moderne systemteori og er en af mine sekundærkilder i forsøget på at forstå teorien. Jeg har dog undervejs lært at læse ham varsomt, fordi han i sine fortolkninger er langt mindre radikal end Luhmann og fx taler for samfundets reintegrationsbestræbelser, hvor Luhmann jo netop ser integration som en potentiel trussel for bevarelsen af systemgrænser.

<sup>136</sup> Åkerstrøm Andersen:254.

<sup>137</sup> Luhmann, *Reden und Schweigen*, Frankfurt/M., 1989 (med Peter Fuchs):10-11 i Kneer & Nassehi:101.

selviagttagelsens forudsætninger = refleksiv kommunikation =  <b>refleksion</b>	iagttagelsen sker fra et højere perspektiv; er suppleret med endnu en distinktion; kan se 1. ordens iagttagelsens blinde plet.  <b>Refleksion =</b> produktion af selvforståelse i forhold til omverdenen.  Systemet tematiserer sig selv og * finder sin identitet i sin særlige funktion, * forstår sig selv som omverden for andre systemer.  -> selvrestriktion af egne operative muligheder gennem hensyntagen til overlevelselses- og udviklingsmulighederne hos andre systemer (= kontingenskontrol).
---	---

Figur 10: Systemer klassificeret efter graden af selv-iagttagelse.

På **0. orden** er systemet i stand til at iagttage sig selv. På **1. orden** er denne selv-iagttagelse suppleret med selv-refleksion. Systemet reflekterer forskellige egenskaber ved sig selv. Det bliver i stand til at lære og til at forandre forhold ved sig selv.<sup>138</sup>

Hos iagttageren af **2. orden** suppleres selvrefleksionen med refleksion over sig selv som refleksiv. Luhmann skelner mellem 1. ordens *basale selvreference* og 2. ordens *refleksive kommunikation*. Basal selvreference drejer sig om, "at processen må bestå af elementer (hændelser) som gennem at medrelatere deres sammenhænge til andre elementer i samme proces kan optage relation til sig selv". Refleksiv kommunikation er en "trinhøjere, eksplicit og derfor også mere risikofyldt og for særtilfælde reserveret kommunikationskontrol"<sup>139</sup>. Det er en forgrening, som fremkommer gennem den kommunikation over kommunikation, som den løbende konfirmation af kommunikation giver anledning til.

2. ordens iagttagelsen kan nemlig gennem iagttagelsens iagttagelse trække logiske slutninger tilbage til sine egne iagttagelsesoperationer og relativere sit standpunkt. 2. ordens refleksive kommunikation, refleksionen, betegner sociale systemers evne til at tematisere sig selv og forstå sig selv som egnet omverden for andre systemer. Refleksion forudsætter en indre model af omverdenen, som socialsystemet kan relatere sine handlinger til. **Refleksion er altså produktion af selvforståelse i forhold til omverdenen. Man kan observere, at der er meningsgrænser, og selv om man er blind over for dem (på grund af socialsystemers normative lukkethed), kan man reflektere over dem (på grund af socialsystemers kognitive åbenhed).**

I organisationssystemers komplekse omverdener indebærer refleksion et systems selvrestriktion under hensynet til relevante omverdendenssystemers eksistens- og udviklingsmuligheder for at sikre sin eksistens på langt sigt. Gennem refleksion øger systemet sin sensibilitet ved at forstå, at det opererer i netværk af strukturelle koblinger med andre systemer, og således på langt sigt kan skabe problemer for sig selv ved at skabe problemer for andre. Refleksion er imidlertid, som Luhmann påpeger, en risi-

<sup>138</sup> Se også Åkerstrøm Andersen:42.

<sup>139</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:127.

kabel affære for et socialsystem, fordi den kan betyde blottelser og ofre på det korte sigt som indsats for eksistensen på det lange sigt. Vi aner her autopoiesis-teoriens lukket/åbenheds-paradoks: For at bevare sin lukkethed må et system åbne sig for omverdenen. Jeg udvikler tanken senere som autonomi/interaktion-syntesen.

Refleksion er således en evolutionært udviklet evne, som kan forudse potentielle konflikter mellem socialsystemer, vurdere deres følger og udmønte overvejelserne i systeminterne adfærdskorrekturer - selvpålagt kontingenskontrol. Det betyder ikke, at relationer mellem refleksive systemer nu bliver konfliktløse; men at bestemte typer konflikter kan undgås, fordi de vil gøre de implicerede systemer eller en af de implicerede mere skade end gavn. Willke mener, at

Hermed udelukker refleksionen ganske vist ikke instrumentel handlen og magt som styringsmedium for interaktionen mellem socialsystemer, men den gør det tydeligere, hvilke omkostninger denne adfærdsform har, og gør derfor andre interaktionsformer mere attraktive.<sup>140</sup>

**Refleksion er et helt centralt begreb for interaktionen mellem socialsystemer i vor tid, og vil være et nøglebegreb i min efterfølgende skitse til et socialsystemisk public relations paradigme.**

---

<sup>140</sup> Willke:115.

### 1.8 KODER/SYMBOLMEDIER

Den hidtidige gennemgang af Luhmanns teorier har koncentreret sig om socialsystemer som fænomen uanset den historiske omverden. Det følgende sætter socialsystemer ind i vor tids historiske situation set i systemteoriens perspektiv.

Med moderniteten har samfundssystemet differentieret sig i funktionsområder med hver deres særlige logik. Forskellige samfundsområder har efterhånden stillet om fra fremmedreference til selvreference<sup>141</sup>. Det gælder politik, hvor staten er udskilt fra den religiøse helhed. Noget tilsvarende er sket på andre områder, hvor opdragelse og pædagogik har udskilt sig fra religionen; videnskab, opdragelse, medicin osv har udviklet hver deres kode; familien har udskilt sig i en privatsfære og en særlig kærlighedskode; ret har udskilt sig fra politik; erhvervslivet er blevet et spørgsmål om økonomiske relationer. Der er opstået en ny form for primær samfundsmæssig differentiering, hvis delsystemgrænser ikke mere er begrænset til lokaliteter og tilstedeværelse som i det *segmentært* differentierede samfund, heller ikke til de relativt uigennemtrængelige hierarkiske lag i det *stratifikatoriske* samfund<sup>142</sup>, men til samfundsmæssige *funktioner*.

Selvreferentiel autonomi på området for de enkelte samfundsmæssige delsystemer bliver først indrettet i det 17./18. århundrede. Før da havde den religiøse verdensforståelse besat dette funktionssted. Måske kan man sige, at den tiltænkte reference til Gud hvad angår al oplevelse og handlen fungerede som samfundssystemets hemmelige selvreference. [...] Først med omstillingen af samfundssystemet fra stratifikatorisk til funktional differentiering bliver det nødvendigt at erstatte den medløbende fremmedreference med medløbende selvreference, fordi den nye differentieringstypik sprænger den hierarkiske verdensorden og gør funktionssystemerne autonome. I det moderne samfunds *økonomiske system* bliver den medløbende selvreference realiseret gennem den kommunikative anvendelse af penge.<sup>143</sup>

Denne funktionsdifferentiering finder sted lige fra slutningen af 1500-tallet og op mod seneste århundredskifte, og det er omkring disse funktionsområder - *apersonale* socialsystemer, som er af en anden status end de *personale* organisations- og interaktionssystemer - socialsystemer i vor tid emergerer og udvikler sig.

Vi har altså i dag et samfund, der er kendetegnet ved *funktional differentiering*. Samfundet er uddifferentieret i forskellige funktionssystemer med hver deres relevans og hver deres logik. Hvert funktionssystem har således sin særlige selvreference i *symbolisk generaliserede medier*, en slags 'sociale standarder', som skal øge sandsynligheden for, at et tilbud om kommunikation bliver modtaget, sikre accept af en selektion og dermed selektionskobling, dvs. forståelse. Symbolmedier formidler høj-

---

<sup>141</sup> Jfr. Kneer & Nassehi:130.

<sup>142</sup> Segmentær differentiering er det enkleste princip; uddifferentiering i lige/ens delsystemer som fx stamme, landsbyer, familier. Efterhånden uddifferentieres forskelle former på socialdimensionen - rolledifferencer eller en vis grad af arbejdsdeling - sakralroller, slægtsdifferencer eller aldersgrupper, og et stigende kompleksitetsstryk fører til stratifikatorisk differentiering, hvor samfundet uddifferentieres i hierarkiske lag.

<sup>143</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:411.

komprimerede informationer, som i kraft af deres symbolske form kan knyttes sammen i lange kommunikationskæder, uden at den forforståelse, der ligger i dem, skal drøftes og besluttes om og om igen. Forforståelsen ligger given på forhånd som en særlig, anonym logik.

Egentlig forekommer kommunikativ succes i luhmannsk forstand - dvs. kommunikation, der motiverer til tilslutning<sup>144</sup> - yderst usandsynlig. Med baggrund i *kommunikationsprocessens immanente usandsynligheder* udvikler han derfor teorien om symbolmedier som "de evolutionært opnåede resultater, der knytter an til disse kommunikationens brudsteder, og som funktionsrettet tjener til at transformere usandsynligt til sandsynligt"<sup>145</sup>. Luhmann opererer med tre usandsynlighedsforhold<sup>146</sup>, og med et medie til at afhjælpe hvert af disse: Sprog, udbredelsesmedier og endelig de symbolsk generaliserede medier.

Han baserer sig på Parsons' medieteorier, men hvor Parsons mener, at symbolmedier er blevet til for at gøre samfundets kompleksitet håndterbar - så mener Luhmann, at det er symbolmedierne, der muliggør et så komplekst samfund. Han ser heller ikke som Parsons symbolmedierne som styringsmekanismer for sociale delsystemers interaktion, men som *koder for sociale systemers kommunikation*. Symbolmedier er en slags sociale koder, som skal muliggøre kommunikativ succes i samfundssystemets forskellige funktionsområder<sup>147</sup>.

For Luhmann er al kommunikation båret af medier. Også områder, som Habermas tilregner livsverdenen - fx familien, kunsten, religionen, koordineres ifølge Luhmann af symbolsk generaliserede medier:

---

<sup>144</sup> "Kommunikationen har kun succes, hvis ego overtager kommunikationens selektive indhold (informationerne) som præmisser for egen adfærd. Antagelse kan betyde: Handlen efter tilsvarende direktiver, men også oplevelse, tænken, yderligere informationsbearbejdelse under den forudsætning, at en bestemt information holder stik. Kommunikativ succes er vellykkede selektionskoblinger." Luhmann, *Sociale Systemer*:137.

<sup>145</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:138.

<sup>146</sup> Flytter man sig tilbage til evolutionens nulpunkt, så er det til at begynde med usandsynligt, at ego overhovedet forstår, hvad alter mener - givet adskillelsen og individualiseringen af deres kroppe og bevidstheder. Mediet, som yder forståelse af kommunikation langt ud over det, man umiddelbart kan iagttage, er sproget. Dernæst er det usandsynligt, at en kommunikation når flere personer end de nærværende i en konkret situation; og denne sandsynlighed vokser, hvis man yderligere stiller den fordring, at kommunikationen bliver videregivet uforandret. Her er redskabet udbredelsesmedierne, som har ladet sig udvikle på grundlag af sproget. Men netop med udviklingen af en lang række sprog- og udbredelsesteknikker bliver det for alvor tvivlsomt, hvilken kommunikation der kan motivere til tilslutning. Jfr. *Sociale Systemer*, kapitel 4: Kommunikation og handling.

<sup>147</sup> Luhmann baserer sin medieteorier på Talcott Parsons teorier fra 1950erne og -60erne. Parsons introducerer begrebet symbolsk generaliserede medier som en slags sociale standarder, der inden for forskellige af samfundets områder skal sikre en vis helhed og fælles styring. Parsons hævder, at moderne samfund har splittet sig op i funktionsområderne det økonomiske system, det politiske system, det integrative system og det værdisikrende system med hver sit fælles, styrende medie: *penge, magt, indflydelse, forpligtelse*. Det er for uophørligt at forsøge at tilbageerobre den helhed, der uophørligt sættes på spil i det uophørligt stadig mere splittede samfund, at samfundet har udviklet nogle symbolske fællesnævner, som skaber ligheder på tværs af forskelle, og som gør det muligt at håndtere forskelle hurtigt og ubesværet. Luhmanns principper går ud over Parsons' fire hovedsystemer (penge, magt, indflydelse og forpligtelse). For Luhmann er skematikken ikke så væsentlig som selve teorien. Habermas tager også delvis afsæt i Parsons i sin medieteorier, men med ganske andre konsekvenser, som det vil være fremgået af specialets forrige del.



Vi vil betegne medier, som anvender generaliseringer for at symbolisere sammenhængen af selektion og motivation, som symbolsk generaliserede; det vil sige, at fremstille dem som enhed. Vigtige eksempler er: Sandhed, kærlighed, ejendom/penge, magt/ret; i mere udviklede former også religiøs tro, kunst og i dag måske civilisatorisk standardiserede 'grundværdier'. På meget forskellige måder og for meget forskellige interaktionskonstellationer drejer det sig i alle disse tilfælde om at konditionere kommunikationens selektion således, at den samtidig virker som motivationsmiddel, så den tilstrækkeligt kan sikre selektionsforslagenes efterkommelse.<sup>148</sup>

Penge er fx symbolmedie for det økonomiske funktionssystem, og tilsvarende har andre funktionssystemer i større eller mindre grad udviklet tilsvarende symbolmedier. Det er fx magt<sup>149</sup> for det politiske funktionssystem, ret for det juridiske funktionssystem.

Til hvert symbolmedie hører en særlig selektionsdistinktion, som er indkodet i systemerne. Koderne ikke bare *forekommer* i socialsystemer; de er indbyggede i socialsystemers mening og dermed med til at *konstituere* socialsystemer. Symbolmedierne er således at opfatte som en selektionsydelse, hvis funktion er at udvikle og opretholde en særlig systemidentitet. Funktionssystemerne er altså *Inseln geringer Komplexität*, som udvikler hver sin særlige, håndterbare kompleksitet i relativt autonome områder, hvor forskellige evolutionære processer kan finde sted relativt uafhængigt af hinanden.

De funktionelle gevinster ved uddifferentieringen i funktionslogikker er altså, at symbolmedierne

- \* letter kommunikationen inden for funktionssystemerne<sup>150</sup>
- \* gør høj kompleksitet og kontingens bearbejdelig og styrbar
- \* muliggør en høj kompleksitet i de tilknyttede systemer
- \* opretholder den særlige systemidentitet over for omverdenens pres

Til gengæld vanskeliggør symbolmedierne interaktionen på tværs af funktionssystemer. Arten af mulige relationer til omverdenen afhænger af det autopoietiske

---

<sup>148</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:139 - *Soziale Systeme*:222.

<sup>149</sup> Mediernes styrke varierer dog. Luhmann anfører: "I *funktionssystemet politik* findes ingen nøjagtig isomorfi, men nok nøjagtige funktionelle ækvivalenter. Der findes ingen nøjagtige isomorfier, fordi kommunikationsmediet magt ikke har den samme tekniske præcision og ikke besidder den samme høje integrationskraft som penge. Magtbrug er ikke eo ipso allerede et politisk fænomen. Derfor må systemets enhed i dette funktionssystem indføres oven i som en selvbeskrivelse af systemet, for at stå til rådighed som referencepunkt for den selvreferentielle processeren af informationer. Denne funktion opfylder *staten* som begreb." *Sociale Systemer*:412.

<sup>150</sup> Når kommunikation ifølge Luhmann kun er mulig som en selvreferentiel proces, mens evolutionen af symbolmedier samtidig forklares med aflastning af kommunikationen inden for et funktionsområde, så antager jeg, at man måske tyde hans kommunikationsbegreb derhen, at det er muligt at kommunikere på tværs af socialsystemer, som har fælles reference i et symbolmedie. Drøftelser med danske eksperter i systemteori viser, at meningerne er delte.

systems indrestyrede operationsmåde. Hvert funktionssystem har sit perspektiv på en sag, og socialsystemer med forskellige funktionskoder er uigennemsigtige over for hinanden<sup>151</sup>. Med symbolmedierne lukker funktionssystemerne sig om deres egen logik. Enhver kode er blind og uforstående over for andre koder.

### 1.9 IMPLIKATIONER

Der tegner sig altså allerede med sociale systemers ahistoriske eksistensvilkår konturerne af en public relations praksis, der opererer under radikalt anderledes betingelser end i det tidligere skitserede intersubjektive paradigme. Men for yderligere at belyse spørgsmålet om fænomenets opståen og mulige funktion er det påkrævet med en mere historisk vinkel på den omverden, public relations som fænomen er emergeret og udvikler sig i. Her har Luhmann udviklet teorier om samfundets funktionelle differentiering og symbolmediernes funktion og karakter.

Luhmanns opfattelse af sociale systemer har adskillige implikationer for den videre diskussion:

**For det første:** Alle sociale handlinger er forankret i de sociale systemer; det er de sociale systemer, ikke mennesker, som lægger retningslinierne for social interaktion. **Det er ikke den menneskelige bevidsthed, men socialsystemer, der koordinerer sociale handlinger.** Radikalt formuleret: Mennesker er redskaber for socialsystemers interaktion og kommunikationsprocesser. **Det synes at gøre etiske fordringer til den individuelle public relations udøver irrelevante.**

**For det andet:** Socialsystemer iagttager og fortolker alt ud fra hver deres egen logik og skaber et billede af verden fra hver deres perspektiv. **Omverdenen er systeminterne konstruktioner.** Det fører til konstruktionen af lige så mange sociale 'virkeligheder', som der er sociale systemer. **Det dementerer den Habermas-inspirerede opfattelse af public relations praksis' ideale dialog ud fra en fælles tydningshorisont og den symmetriske kommunikations krav.**

**For det tredje:** Forståelse er en del af kommunikationens tre-trins-syntese (efter information og meddelelse). Siden kommunikation er en normativt lukket, selvrefererende proces, er forståelse kun mulig inden for et systems grænser: **Gensidig forståelse over systemgrænser er umulig. Det dementerer idealet i moderne public relations praksis om at opnå 'mutual understanding' mellem en organisation og dens interessenter.**

**For det fjerde:** Sociale systemer åbner sig kun kognitivt: **Relationer mellem socialsystemer kan kun være af kognitiv, ikke normativ art.** Det dementerer den Ha-

---

<sup>151</sup> Kneer og Nassehi bruger som eksempel ødelæggelsen af naturen. Her ser religionen den som et indgreb i Guds skabelse eller måske et indgreb i skabelsen fra Gud som syndeløn; erhvervslivet derimod ser kun en fremtidig investeringsulempe eller -fordel; politikerne ser en afgørende faktor ved mobiliseringen af vælgerstemmer; opdragelsessystemet kaster sig over økologiske dannelsesprogrammer, fordi problemer bliver tilregnet individuelle fejlhandlinger; og kunsten opdager et nyt tema til en kunstnerisk beskrivelse af verden. Kneer & Nassehi:146.

bermas-inspirerede fortolkning af public relations som et led i organisationers legitimeringsbestræbelser på basis af enighed om gældende normer. **Public relations er herefter et spørgsmål om kognitive, ikke om normative relationer.**

**For det femte:** Teoriens centrale problemstilling er, hvordan socialsystemer bevarer deres grænser til omverdenen: **Grænsebeskyttelsen må være en ledesnor i et socialsystemisk public relations paradigme.**

**For det sjette:** Kommunikation i gængs forstand imellem systemer og sproget som kommunikationens primat har ingen plads i Luhmanns systemteori. I stedet taler vi om strukturelle koblinger og gensidig refleksion. **Måske er det her, vi kan ane en opgave for public relations gennem ind- og afkodning af 'billeder' til brug i strukturelle koblinger af 2. orden, dvs. gensidig refleksion.**

Næste afsnit bliver mindre Luhmann-nært. Det vil søge at fortolke tendenser i vor tid ud fra Luhmanns teorier med det videre sigte at forstå public relations fænomenet i en systemteoretisk ramme.

## 2. REFLEKSION SOM SOCIAL HANDLINGSMAKSIME

Sociale systemer vil altid stræbe efter at øge deres særlige kompleksitet og styrke deres grænser. En stærk fremmedreference pålagt systemets kommunikationsprocesser reducerer kompleksiteten og svækker grænserne. Ser man på sociale tendenser i dag i et luhmannsk perspektiv, fortolker jeg dem derfor derhen, at socialsystemer stræber mod at frigøre sig fra politikken og retssystemets fremmedreferencer.

Medierne lov og ret som fælles regulatorer tjener imidlertid som koordinationsmekanismer og sikkerhedsstrategi for interaktionen imellem socialsystemer. Og den stigende differentiering betyder stigende specialisering, som igen betyder en stigende gensidig afhængighed imellem socialsystemerne på tværs af de forskellige funktionsområder. Så når socialsystemer forsøger at reducere lov og ret som reguleringsmekanisme, må de som erstatning pålægge sig selv en decentraliseret, gensidig reguleringsmekanisme for at sikre interaktionen med hinanden.

Formålet med social orden i dag set fra et socialsystemisk perspektiv vurderer jeg derfor som tosidet: For det første at bevare den funktionelle differentierings systemgrænser og yderligere fremme udviklingen af egenkompleksiteten. For det andet at sikre en høj grad af interaktion - også imellem socialsystemer på tværs af funktionsområderne. Med andre ord: **Formålet er høj kompleksitet både inden for og imellem de sociale systemer.**

**En ny social orden, der kan betegnes som *kontekstregulering*, synes at indebære et helt nyt interaktionsmønster, baseret på *refleksion som den sociale handlingsmaksime*.**

### 2.1 INGEN ENHED FOR SAMFUNDET

I moderne samfund er de fleste socialsystemer tilordnede specifikke funktionsystemer, som er udviklet omkring hver deres særlige logik. Hver logik skaber en verden i sit eget billede og opererer med sine egne standarder for relevans og succes. Disse logikker vokser sig hver især stadig stærkere. **Denne tendens forstærkes med socialsystemers voksende kompleksitet, fordi behovet for symbolmedier dermed tilsvarende vokser og symbolmedierne opnår tiltagende betydning.**

Det medfører to karakteristiske træk i den sociale evolution:

For det første, at **funktionssystemerne i stigende grad lukker sig om hver deres logik**. Mens funktionsdifferentieringen gør en høj kompleksitet og kontingens bearbejdelig og styrbar i de tilknyttede systemer, så splitter den tilsvarende samfundet i funktionspecifikke perspektiver. **Det øger funktionssystemernes belastning af hinanden og svækker interaktionen imellem dem.**

For det andet, at **samfundet ikke længere kan omfattes af en helhedsidé**. Det er

en helt afgørende pointe hos Luhmann, at der ikke længere eksisterer et overgribende perspektiv, men at samfundet er delt i distinkte perspektiver, som ikke kan afbildes i hinanden<sup>152</sup>:

Således er det moderne socialsystem, som vi kalder samfund, samtidig politisk funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; økonomisk funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; videnskabeligt funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; religiøst funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; og så videre.<sup>153</sup>

I systemteorien er samfundet defineret som et system<sup>154</sup>. Ligesom for andre typer socialsystemer er det kommunikation, der løbende reproducerer samfundssystemet; det skyldes ikke en eller anden 'naturorden'<sup>155</sup>. Sammenbrud af kommunikation i samfundssystemet er samfundets sammenbrud. Kommunikation betinger en fælles reference, baseret i en fælles mening. I det funktionelt differentierede samfund findes der ingen central instans, som kan transcendere alle system/omverden-differencer og forbinde dem gennem mening. **Idéen om en enhed for samfundet (hvadenten vi taler om verdenssamfundet eller 'staten') må opgives. I stedet optræder samfundet som systeminterne konstruktioner i socialsystemerne.**

#### 2.1.1 LUHMANN'S POSITION

Tendenserne er et udtryk for det velkendte begreb *samfundets desintegration*, som vi også mødte hos Habermas. Men hvor integration var løsningsmodellen hos Habermas, så har Luhmann et helt andet syn på den sag. Det skyldes ikke kun, at han ikke som Habermas ser muligheden af et fælles perspektiv i livsverdenen. Snarere, at Luhmann ikke som Habermas problematiserer, at systemer sætter grænser om egne logikker. Luhmann problematiserer tværtimod, hvordan systemer kan opretholde deres grænser. Systemgrænserne har nemlig den funktion, at de muliggør øget kompleksitet - det vil fx sige øget viden, bedre uddannelse og forskning, større produktivitet, bedre udnyttelse af ressourcerne, avanceret informationsteknologi osv., forudsætningerne for vore industrialiserede eller postindustrialiserede samfund. **Konsekvensen er, at en integration<sup>156</sup>, der vil indebære nedbrydning af grænser til fordel for et fælles, overgribende perspektiv, ikke er en funktionel løsning hos Luhmann.**

---

<sup>152</sup> Her markeres også systemteoriens konstruktivistiske forankring. Fx ser en erhvervsvirksomhed i det økonomiske funktionssystem markeder for afsætning og arbejde, hvor et parti i det politiske system ser vælgere og arbejdsmarkedspolitik. Tilsvarende er det en politisk iagttagelse af verden at se den i nationalstater. Religionen har et anderledes perspektiv (når undtages statskirker); jfr. fx pavens supra-nationale status i katolske lande. Lignende tværnationale perspektiv kan man fx umiddelbart acceptere for økonomien og videnskaben.

<sup>153</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:167.

<sup>154</sup> "Gesamtheit aller erwartbaren Kommunikation." Luhmann, *Soziale Systeme*:535. Se også ordbogen.

<sup>155</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:132.

<sup>156</sup> Integration forudsætter i systemteorien 1) et fælles sprog mellem delene, 2) et i grundtrækkene fælles (om)verdenssyn, 3) gensidig information, 4) en højere forventningssikkerhed gennem kontingenskontrol.

Det er væsentligt at markere Luhmanns position skarpt: Desintegration har en samfundsfunction. Integration kan nedbryde denne funktionsevne. Det er romantisk og urealistisk i det uddifferentierede nutidssamfund at forestille sig muligheden af et fælles perspektiv. Og var det muligt, ville det formentlig være risikabelt. Det ville nedbryde socialsystemernes grænser og dermed deres egendynamik og kompleksitet.

Jeg pointerer Luhmanns position så kraftigt allerede i starten af dette kapitel, der vil skitsere nogle problemløsninger på desintegrationens belastninger i en overvejende luhmannsk teoriramme. Det gør jeg i forsøget på at undgå, at de følgende overvejelser om *refleksion som handlingsmaksime i samfundet* fejllæses og tages til indtægt for muligheden af et fælles normativt perspektiv. Såvidt jeg kan se, er det nemlig en fejl, som selv systemteoretiske forskere i Luhmann-skolen er ved at gøre sig skyldig i. Jeg tænker her især på Helmut Willke, der taler om reintegration i samfundet på en måde, der kan tydes derhen<sup>157</sup>. Jeg har derfor kun i en vis udstrækning ladet mig inspirere af Willke, og holder mig Luhmanns position for øje.

## 2.2 GENSIDIG REFLEKSION SOM KONTEKSTREGULERING

Luhmann giver stikord til både problem og løsning i denne centrale passage fra *Sociale Systemer*:

Samfundsmæssig rationalitet ville [...] kræve, at de gennem samfundet udløste omverdensproblemer, så vidt som de rammer tilbage på samfundet, afbildes i samfundssystemet, dvs bringes ind i den samfundsmæssige kommunikationsproces. Dette kan i begrænset omfang ske inden for de enkelte funktionssystemer - som når medicinere konfronteres med nogen af dem selv forårsagede sygdomme. Det er imidlertid typisk, at et funktionssystem belaster andre funktionssystemer via omverdenen. Men frem for alt savnes et samfundsmæssigt subsystem for iagttagelsen af omverdensinterdependenser. Et sådant kan ikke gives ved funktionel differentiering; for det skulle betyde, at samfundet selv skulle forekomme i samfundet. Moderne samfunds differentieringsprincip gør rationalitetsspørgsmålet mere påtrængende og samtidig mere uløseligt. Ethvert tilbagegreb på traditionel rationalitetssemantik svigter overfor denne situation. Mange fordrer i henhold hertil en politikens totale myndighed, andre vil stå af. At gøre begge ting er ikke muligt. Tilbage bliver vel kun muligheden for at formulere problemet med den nødvendige skarphe  
d i henseende til at forbedre de funktionssystemspecifikke omverdensorienteringer og at udstyre de samfundsinterne tilbagebelastninger og problemfor  
skydninger med mere transparens og kontrollerbarhed.<sup>158</sup>

Vi holder fast i udgangspunktet: Systemgrænserne om logikkerne, som funktionsdifferentieringen har udviklet, skal bevares for at sikre og videreudvikle den vundne kompleksitet, og tilføjer; at *den samfundsmæssige arbejdsdeling, som funktionsdifferentieringen har udviklet, gør en voksende afhængighed mellem systemerne nødvendig*. Og konkluderer, at så må nutidens 'kontrol' - den sociale koordinering - sikre både en høj autonomi i systemerne og en høj interdependens mellem syste-

<sup>157</sup> Willke, 1992. For kritik se også Kneer & Nassehi:139.

<sup>158</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:422. Min understregning.

merne. Målet er altså **interaktion med den høje kompleksitet og differentiering i behold.**

Derfor er det ikke mere muligt at ty til traditionelle sociale koordineringsmidler, såsom central regulering, eller selvregulering som fx i den klassiske liberalismes markedsregulering. I den centralt regulerede model ('politikens totale myndighed') vil fremmedreferencen dominere systemrefleksiviteten. Det formindsker systemernes identitet, kompleksitet og egendynamik. I den liberalistiske model, hvor reguleringen decentraliseres i funktionsområderne, vil selvreferencen dominere refleksionen. Det går ud over interaktionen og kompleksiteten imellem systemerne.

For at muliggøre **både en høj intern og ekstern kompleksitet** peger bl.a. Willke<sup>159</sup> med base i Luhmanns teorier på *kontekstregulering*. Kontekstregulering er en alternativ reguleringsform<sup>160</sup>, som indebærer en medløbende omverdensreference i systemrefleksiviteten og således muliggør høj kompleksitet både inden for og mellem systemerne. Den består i *refleksion som social handlingsmaksime* og hviler på socialsystemers evne til refleksion<sup>161</sup>.

---

<sup>159</sup> Willke, 1993:kap.6.

<sup>160</sup> Willke bruger på tysk termen *Steuerung*, som kan oversættes både med styring og regulering. Jeg foretrækker det mere fleksible og nuancerede *regulering*. "Regulering indebærer den form for organisering af relativt autonome aktørers vilkår, som gør disse aktører målorienteret handlingsdygtige (relateret til en bestemt omverden). [...] Regulering retter sig mod en særlig modus procedendi i systemet over for sin omverden." Willke:121. E.o.

<sup>161</sup> Om refleksion, jfr. del III, kap. 1.7. Begrebet indebærer grundlæggende at kunne se sig selv i forhold til andre og handle i egen interesse ud fra denne erkendelse. Med refleksion hæver iagttagelsen sig til en 2. ordens position.

ekstern kompleksitet intern	lav	høj
lav	(præmoderne) repressiv regulering	<b>Central regulering (socialisme):</b> Fremmedreferencen dominerer re- fleksionen. Systemernes identitet, kompleksitet og egendynamik for- mindskes.
høj	<b>Selvregulering (liberalisme):</b> Selvreferencen vil helt dominere re- fleksionen. Det går ud over interaktio- nen og kompleksiteten systemerne imellem.	<b>Kontekstregulering:</b> Medløbende omverdensreference i selvrefleksionen. Muliggør høj kom- pleksitet både inden for og mellem systemerne, dvs. sammenhæng og interaktion uden at det går ud over autonomien og dermed egen- dynamikken i de forskellige funk- tionssystemer.

Figur 11: Forhold mellem systemkompleksitet og social reguleringsform (udviklet over figur 8, Willke:272).

Refleksion indebærer, at socialsystemer på den ene side finder hver deres identitet i hver deres særlige funktion og som sådan agerer uafhængigt; at de på den anden side lærer at forstå sig selv som omverden for og i samspil med andre socialsystemer og indbygger restriktioner og afstemningsmekanismer i deres beslutningsprocesser og dermed "das selektive Akkordieren ihrer Eigenselektivität unter Einbeziehung der-jeningen des jeweils anderen Systems lernen"<sup>162</sup>. **Refleksion er en af autopoisis-teoriens typiske lukket/åben-paradokser; her er paradokset syntesen af auto-nomi og afhængighed - independens og interdependens.**

Med refleksion som social handlingsmaksime sker der det for denne diskussion inter-ressante, at vi kan vende op og ned på vante forestillinger om begreberne selv-stændighed og regulering som modsætninger. **Jo højere grad af selvstændighed, desto højere er mulighederne for regulering.** Organisationer med en høj grad af refleksion er i stand til at være åbne på en anden måde end formelt regulerede orga-nisationer, fordi de har tilstrækkelig egenkompleksitet til at medreflektere fremmedre-ferencer og samtidig bevare deres identitet.

Med kontekstreguleringsmodellen opgives således fortolkningen af regulering som kausal kontrol<sup>163</sup>, dvs. fremmedreferencen som styrende for systemrefleksiviteten, og erstattes i en systemteoretisk forklaringsramme af gensidig refleksion. Med andre ord: Hvor tidligere det politisk-administrative system gennem lov og ret kontrollerede socialsystemerne, så sker det nu i stigende grad i en fortløbende justeringsproces socialsystemerne imellem. Systemgrænserne bevares usvækkede og resultatet er det tilstræbte: Høj kompleksitet både i interaktionen imellem systemerne og inde i sy-stemerne.

<sup>162</sup> Luhmann i *Interpenetrationen - Zum Verhältnis personaler und sozialer Systeme*. I *Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 6 - 1977:74, i Willke:252.

<sup>163</sup> Jfr. Åkerstrøm Andersen, kapitel III.1, *Styring som simultane koblinger*:252ff. Niels Åkerstrøm påpeger bl.a. statslige overvejelser om en afregulering til fordel for udviklingen af alternative styringsmidler.



Imidlertid er det først, når refleksionen praktiseres af alle - eller i det mindste de fleste - socialsystemer i en handlingssammenhæng, at de enkelte socialsystemers selv-restriktion kan resultere i en kontinuerlig, langfristet vækst i socialsystemernes muligheder gennem en stigning i deres samlede effektivitet. **Derfor er refleksion kun en virksom form for regulering, når den er blevet til social handlingsmaksime.**

En ny social handlingsmaksime må betyde en grundlæggende ændring i samfundets interaktionsmønster. Vi kan i en habermask teoriramme se paralleller i overgangen til det postkonventionelle diskurssamfund. Mere interessant er det, at danske forskeres<sup>164</sup> empiriske undersøgelser påviser et nyt grundlæggende interaktionsmønster i det danske samfund, hvor samfundsreguleringen overvejende foregår som en løbende justering imellem socialsystemerne. Dette ny mønster kan fortolkes som en kontekstreguleringsmodel med træk lig refleksion som handlingsmaksime.

### 2.2.1 FORHANDLINGSSAMFUNDET

Danske forskere<sup>165</sup> er ud fra empiriske undersøgelser af det danske samfund således nået frem til tilsvarende tendenser under betegnelsen *forhandlingssamfundet*, hvor hverken interesser eller virkelighedsforståelser er givne, men altid til diskussion, og hvor det er forhandlinger og ikke love, der er reguleringssmekanisme for sammenhængen. Vi kan fristes til også at se en umiddelbar parallel til Habermas' diskurssamfund, men Raffnsøe & Pedersen peger i overensstemmelse med Luhmann på, at det er konflikt snarere end konsensus, der regulerer:

Hvor forhandlingsrelationer udbredes opstår der helt nye begreber om samfundsmæssig sammenhæng. Ud fra idealerne for det repræsentative demokrati er vi tilbøjelige til at tro, at sociale bånd må dannes gennem flertal og dets omsættelse i autoritet; men når forhandlingssystemet udbredes viser det sig, at stærke bindinger kan opstå ved, at uenighed og konflikt tvinger parterne til konstant at justere sig i forhold til hinanden.<sup>166</sup>

Det er tilsvarende i overensstemmelse med kontekstreguleringsmodellen, når de påpeger, at det med udlægning af reguleringen som en gensidig kontrol i systemerne ikke er et spørgsmål om at vende tilbage til den klassisk-liberale model. Snarere er det den politiske forhandlingsrationalitet, som netop må basere sig på refleksion, der har bredt sig fra det politiske funktionssystem ud i de øvrige funktionssystemer. Politikdannelse flyttes fra det politiske system og decentraliseres i socialsystemerne:

Mange gentager ofte - nærmest besværgende - at markedskræfterne nu har sejret. Vi vil tværtimod påstå, at udbredelsen af forhandlingsprocedurerne snarere inddra-

---

<sup>164</sup> *Projekt Forhandlingsøkonomi*, Center for Offentlig Organisation og Styring, Handelshøjskolen i København, ledet af Ove Kai Pedersen.

<sup>165</sup> Samme.

<sup>166</sup> Sverre Raffnsøe og Ove K. Pedersen: *Udemokratisk demokrati*. Essay i Weekendavisen, 2.-8. juni 1995.

ger markedsøkonomien i en langt bredere samfundsmæssig udveksling, som ikke blot styres af udbud og efterspørgsel. [...]

I stedet for at mene, at markedsøkonomien er i færd med at udbrede sin dominans, synes det nærliggende at tale om en grænseløs udbredelse af parlamentarismen. Den politiske forhandlingsrationalitet, der hviler på en langt bredere egeninteresse end markedsøkonomien, synes i dag at brede sig til alle områder af samfundslivet.<sup>167</sup>

Denne 'bredere egeninteresse' synes at dække begrebet refleksion, dvs. at socialsystemer bruger et bredere perspektiv gennem en 2. ordens iagttagelse af omverdenen.

En sådan forhandlingsrationalitet baserer sig også på forestillingen om den større sammenhæng. Her peger Raffnsøe & Pedersen på forestillingen om en helhed. Forestillingen om samfundet, om 'det fælles bedste' **afbilledes** i stigende grad i forhandlingssamfundets socialsystemer:

Arbejdsgiver- og lønmodtagerorganisationer søger nu i langt mindre grad at hævde deres medlemmers umistelige rettigheder og taler stadig mere om at udvise hensyntagen til den samfundsmæssige situation og tilbageholdenhed for det fælles bedste.

[...]

Samtidig med at forhandlingsrelationerne er blevet udbredt i det danske samfund er samfundsdeltagerne begyndt at anlægge sådanne helhedsforestillinger. De har bundet sig selv og den danske befolkning til et kollektivt, men også til et personligt ansvar for en fælles skæbne.<sup>168</sup>

Omend illusorisk er denne forestilling om en helhed og en fælles skæbne en effektiv systemintern kontingenskontrol.

## 2.2.2 LUHMANNS POSITION

På denne baggrund er det væsentligt at markere Luhmanns position. Når systemer gennem refleksion forbedrer deres omverdensorienteringer og indstiller sig på hinanden, så er denne adfærd i overensstemmelse med teorien om autopoietiske systemer af kognitiv, ikke normativ art. Der er ikke tale om et fælles perspektiv eller gensidig forståelse, endsige samme mål, normer og værdier. Tværtimod, så skærper dette dynamiske vekselspil systemernes egenlogik, og det er disse gensidige selvbeholdninger, der i sidste ende fører til, at den samfundsmæssige orden genskabes i en løbende proces.

Luhmanns stikord *at forbedre omverdensorienteringen, mere transparens og kontrollerbarhed* indebærer således ikke en nedbrydning af systemgrænser i form af hverken fælles normativitet eller central kontrol.

---

<sup>167</sup> Samme.

<sup>168</sup> Samme.

En model med refleksion som social handlingsmaksime synes imidlertid at forudsætte en form for fælles kode, dvs. netop den fælles, overgribende enhed, som Luhmann taler midt imod. Men som nævnt i kapitlets indledende afsnit betyder fraværet af en enhed for samfundet ikke, at *forestillingen* om en sådan enhed ikke eksisterer. Tværtimod er der ifølge Raffnsøe & Pedersen tendenser til en stadig stærkere forestilling om samfundets enhed i de uddifferentierede socialsystemer, og det er formentlig en væsentlig forudsætning for refleksionsmodellen.

Pointen er imidlertid, at samfundet er systeminterne konstruktioner, bygget på socialsystemernes forskellige logikker, ikke på en fælles logik. Derfor afviser Luhmanns position ikke begrebet 'refleksion som social handlingsmaksime', som netop indebærer muligheden for en større gensidig hensyntagen, uden at vi derfor kan tale om gensidig forståelse, som ifølge Luhmann forudsætter fælles reference.

### 2.3 OFFENTLIGHEDER

Det bliver med Luhmann også klart, at begrebet offentlighed som et muligt udtryk for en fælles normativitet må opgives. Der kan ikke eksistere en offentlighed, som kan reflektere samfundet i et fælles, overgribende perspektiv. Men det forhindrer ikke, at forestillingen om en sådan offentlighed forefindes som systeminterne konstruktioner i socialsystemerne, forankret i det enkelte systems verdenssyn. Imidlertid kender jeg ikke til materiale, hvor Luhmann selv behandler begrebet offentlighed, og baserer det følgende dels på forskere med base i Luhmann, dels på egne konklusioner.

Først vil jeg gribe tilbage til Espersens rekonstruktion af offentligheden<sup>169</sup>, som baserer sig især på 'Projekt Forhandlingsøkonomi'. Espersen ser projektet i et habermask perspektiv. Jeg vælger at se det i et systemteoretisk. Her er den 'private offentlighed', som Espersen taler om, at genfinde i det forhandlingssystem, "*hvor uenighed og konflikt tvinger parterne til konstant at justere sig i forhold til hinanden*"<sup>170</sup>. I et habermask perspektiv kritiseres denne 'private offentlighed' normativt for at være et led i systemets kolonisering af livsverdenen. I et systemteoretisk perspektiv er den funktionel.

Münch<sup>171</sup> peger på en arbejdsdeling mellem denne 'private offentlighed' og 'den offentlige offentlighed' (uden at han dog bruger tilsvarende betegnelser). De ikke-offentlige kommissioner tager sig af detaljeforhandlingerne på de områder, som er tematiseret i den offentlige diskurs. Den offentlige diskurs alene udvikler ingen nye problemløsninger:

Hier kommt es auf die ökonomisch-moralische Kleinarbeit jenseits der öffentliche Tribunale an. Sie ist in Kommissionen zu leisten, in denen moralische, wissenschaftliche und ökonomische Experten gemeinsame Richtlinien, Normenwerke und

---

<sup>169</sup> Se del II, kapitel 1.3.

<sup>170</sup> Jfr. igen Sverre Raffnsøe og Ove K. Pedersen: *Udemokratisk demokrati*. Essay i Weekendavisen, 2.-8. juni 1995.

<sup>171</sup> Richard Münch, Zahlung und Actung: *Die Interpenetration von Ökonomie und Moral*, Zeitschrift für Soziologie, Jg. 23, Heft 5, Oktober 1994.

Gesetze ausarbeiten, an denen sich die Berufsarbeit verbindlich zu orientieren hat, um den ökonomischen Notwendigkeiten und moralischen Maßstaben zugleich gerecht werden zu können. Ohne diese Kleinarbeitung des öffentlichen Diskurses in nichtöffentlichen Arbeitsrunden erleben wir allein eine Erhitzung der Kommunikationen und der Gemüter, ohne daß neue Problemlösungen gefunden werden. Die gewachsene Kommunikation führt zu keiner neuen Verständigung und unterliegt eine rapiden Entwertung, wenn nur noch die großen Worte und gegenseitigen Anschuldigungen regieren.<sup>172</sup>

Espersen konstruerer således også *massemedieoffentligheden*, der i det habermaske perspektiv beskrives som en art skueproces. I et systemteoretisk perspektiv kan vi derimod tillægge 'massemedieoffentligheden' en funktionel kvalitet - eller rettere massemedieoffentlighederne, for både med systemteoriens konstruktivistiske approach og med den avancerede kommunikationsteknologi in mente kan vi ikke længere tale om een massemedieoffentlighed.

I Luhmann-skolen konciperes og fortolkes offentligheden således funktionelt som en *fremstillet kommunikationsproces i massemedia*<sup>173</sup>. Den får her en konstruktivistisk funktion og genskabes i ny skikkelse som *massemedieoffentlighed*, en hjælpestruktur for den offentlige kommunikation, der afstemmer forestillingen om en vis fælles virkelighed på tværs af systemerne. Med den stigende kompleksitet og dermed kontingens og usikkerhed i samfundet får massemedieoffentlighedens mening (den offentlige mening) en tiltagende dominerende rolle for interaktionen i samfundet.

For Merten er funktionen *at konstruere en fælles virkelighed*. Han definerer således den offentlige mening som en

kommunikationsproces til udvælgelse af sagsforhold eller problemer, der er relevante eller antages at være relevante, og som etableres som temaer og om hvilke meninger udvikles, først og fremmest gennem medierne. Præsentation af meninger i offentligheden provokerer et udvalg af relevante eller for relevant antagne meninger, som accepteres af et flertal eller synes at blive accepteret af et flertal og derigennem får politisk effekt.<sup>174</sup>

Luhmann har defineret den offentlige mening som "den samfundsmæssige kommunikationsproces' institutionaliserede tema-struktur"<sup>175</sup>, og tilsvarende opfatter Ronneberger & Rühl den offentlige mening som "hint potentiale af temaer, som nutildags bliver stillet parat for og holdt aktuelt i den offentlige kommunikationsproces i første linie gennem fagligt og organisatorisk kvalificerede institutioner som journalistik, public relations og reklame"<sup>176</sup>.

---

<sup>172</sup> Samme:394. Min understregning.

<sup>173</sup> Jfr. Ronneberger & Rühl:193-200.

<sup>174</sup> Professor, dr. Klaus Merten, *Funktion und Begriff von Public Relations*, artikel i den tyske public relations branches fagskrift PRmagazin, 11/1992.

<sup>175</sup> Luhmann citeret i Ronneberger & Rühl:211.

<sup>176</sup> Ronneberger & Rühl:212.

For Ronneberger & Rühl er massemedieoffentlighedens funktion *kommunikation for at skabe social tillid*. Jeg afviser ikke disse bud, men vil for denne diskussion snarere indkredse massemedieoffentlighedens funktion til **at tematisere funktions-systemernes gensidige belastninger i den samfundsmæssige kommunikationsproces og dermed også medvirke ved den gensidige, justerende kontrol**.

Vi kan måske her finde en systemteoretisk forklaringsramme for den stigende *mediatisering* af samfundet, som Espersen omtalte i det habermaske perspektiv. **Med den svigtende centrale regulering mod kontekstregulering træder massemedie-offentligheden stærkere ind som kontrolfunktion ved at tematisere belastninger i samfundssystemet i den offentlige kommunikation.**

Jeg baserer påstanden bl.a. på en norsk undersøgelse, hvor Hagen & Sivertsen<sup>177</sup> i et systemteoretisk perspektiv påviser, at hvor staten deregulerer et område, træder den offentlige diskurs via massemedia til som adfærdsregulator.

### 2.3.1 DEN OFFENTLIGE MENING SOM ADFÆRDSREGULATOR

Hagen & Sivertsen baserer deres konklusion på en undersøgelse af massemedias omtale af den norske bankverden i perioden 1986-92. Den norske stat deregulerede i 80ernes midte bankvæsenet. Hensigten var at styrke de finansielle markeder ved at lade markeds kræfterne råde frit. Dereguleringen var et forsøg på at begrænse kommunikationen om udlån til symbolmediet penge. I stedet bliver de private banker genstand for den offentlige diskurs i massemedia. Hvor ansvarligheden før lå placeret uden for bankvæsenet i lovgivningssystemet, placeres den nu inden for bankvæsenet, som må retfærdiggøre sine handlinger som kollektivt rationelle. Omtale i massemedia og offentlig argumentation får indflydelse på bankernes prispolitik og gebyrer. Dereguleringen tager en anden retning end den forventede, fordi dens konsekvenser er åbne for offentlig debat:

Public argumentation affects economic behaviour and constitutes an allocating mechanism that is neither market nor state, but what we denote as *public allocations*. This is a distinctive and functional alternative to both state and market.<sup>178</sup>

Statens centrale regulering erstattes ikke af markedsregulering alene, men også af kravet om systemintern refleksion, der tilgodeser "kollektive hensyn". Disse krav tematiseres i den offentlige kommunikation via massemedia. Massemedieoffentligheden er følgelig ikke kun en skueproces.

---

<sup>177</sup> Roar Hagen og Erling Sivertsen, *Private banks in the public discourse*, Sosiologisk tidsskrift nr. 4, 1993:275-294. Niklas Luhmann er den teoretiske base for den refererede undersøgelse.

<sup>178</sup> Samme:275.

Hagen & Sivertsen skelner således mellem to kommunikationssystemer baseret på hhv. individuel og kollektiv rationalitet<sup>179</sup>, som systematisk producerer en forskel i motiver og handlinger:

*Market-observations* signify or refer to price differences and other differences in goods and services that constitute individual interest or preference. [...] *Public discourses*, on the contrary, signify or refer to collective interests. A course of action acquires meaning as a collective aim because of its collective consequences.<sup>180</sup>

Markedsobservationer er forankret i symbolmediet penge, og formidles i massemedia hovedsageligt gennem annoncer. De foregår i det kommunikationssystem, som er knyttet til den individuelle rationalitet. Offentlig argumentation kommunikeres ifølge Hagen & Sivertsen gennem mediet sprog og i massemedia hovedsageligt igennem redaktionelle artikler i det kommunikationssystem, der er knyttet til den kollektive rationalitet.<sup>181</sup>

### 2.3.2 ET FUNKTIONSSYSTEM FOR OFFENTLIG KOMMUNIKATION

Med Hagen & Sivertsen tegner der sig konturerne af et offentligt kommunikationssystem båret af sin egen særlige logik. Jeg læner mig tilsvarende op ad bl.a. både Ronneberger & Rühl og Merten, når jeg konstruerer *funktionssystemet offentlig kommunikation*. I min skitse nedenfor afviger jeg fra Hagen & Sivertsen gennem den påstand, at den offentlige kommunikation ikke er båret af sprog, men af sit særlige symbolmedie. Og fra Ronneberger & Rühl og Merten, som inkluderer bl.a. reklame i det offentlige kommunikationssystem, ved sammen med Hagen & Sivertsen at skelne mellem 'markedsobservationer', som ikke er en del af det offentlige kommunikationssystem, og 'offentlig argumentation'. **Det kendetegnende ved offentlig kommunikation er ikke, at den er offentlig tilgængelig. Det afgørende er derimod den logik, der bærer kommunikationen.**

Når et offentligt kommunikationssystem skal indkredses, er det ikke et spørgsmål om at afgrænse det fysisk i institutioner og organisationer - en diskussion ved frokostbordet i kantinen eller over middagsbordet derhjemme kan karakteriseres som et socialsystem i det offentlige kommunikationssystem såvel som et indslag i TV-Avisen eller et borgermøde på rådhuset. Socialsystemer forankrer sig ikke fysisk, men abstrakt - de består af mening. Således er fx et dagblad ikke eet socialsystem. Det er flere, båret af hver deres kode. Som erhvervsvirksomhed, annonceudbyder og producent af historier, der som hovedformål har at sælge aviser, er det en del af det økonomiske

<sup>179</sup> Hagen & Sivertsens egen teoriudvikling på basis af systemteorien og rationel valg- og spilteori.

<sup>180</sup> Samme:276.

<sup>181</sup> Man kan i et habermask perspektiv hævde, at der her netop er tale om hhv. private og offentlige relationer og hhv. strategisk og forståelsesorienteret rationalitet, men i så fald må vi normativt fordømme bankernes kommunikationsform, for den udspringer af særinteressen, som Hagen og Sivertsen påviser det. Jeg diskuterer imidlertid ikke ud fra en perspektivvekslen mellem Habermas og Luhmann her, fordi undersøgelsen er foretaget i en systemteoretisk forklaringsramme, hvor forklaringsrammen for de "kollektive hensyn" er strategiske overvejelser.

system. Men mest kendetegnende for den redaktionelle afdeling er (kan være), at den er båret af logikken i det offentlige kommunikationssystem.

**Jeg ser dette offentlige kommunikationssystem som en hjælpestruktur for samfundssystemets kommunikation. Funktionen er at tematisere og diskutere funktionssystemernes gensidige belastninger i den samfundsmæssige kommunikationsproces og dermed også medvirke ved den gensidige, justerende kontrol.** Jeg tror, at vi skal finde både den private offentlighed (forhandlingsinstitutioner såsom råd, kommissioner osv) og massemedieoffentligheden inden for dette kommunikationssystem, eller i interpenetrationszoner. Visse af de institutioner og aktiviteter, vi kan observere i virkeligheden, har formentlig status af interpenetrationszoner imellem det offentlige kommunikationssystem og andre funktionssystemer. Karakteren af de kommunikationssystemer, der opstår i interpenetrationszonerne, kan veksle fra interaktionssystemer (møder, høringer, telefonsamtaler osv), der opstår og atter opløses, til mere formaliserede organisationssystemer.

Vi kan her se umiddelbare paralleller til Habermas' offentlighed, men den systemteoretiske forankring er alligevel tydelig. Selv om vi således antager, at der forefindes et offentligt kommunikationssystem, så er det ikke ensbetydende med muligheden af en offentlighed, der kan reflektere samfundet i et fælles, overgribende perspektiv:

[...] frem for alt savnes et samfundsmæssigt subsystem for iagttagelsen af omverdensinterdependenser. Et sådant kan ikke gives ved funktionel differentiering; for det skulle betyde, at samfundet selv skulle forekomme i samfundet.<sup>182</sup>

Det forhindrer ikke, som jeg tidligere har påpeget, at forestillingen om samfundet som en fælles enhed eksisterer hos socialsystemerne i det offentlige kommunikationssystem. Men det betyder, at de ser samfundet ud fra hver deres perspektiv, således at **den offentlige kommunikation, omend båret af forestillingen om en kollektiv rationalitet, bliver en konkurrence mellem forskellige verdenssyn. I et systemteoretisk perspektiv er det ikke som hos Habermas udtryk for manglende etik, tværtimod er det en funktionel foranstaltning, hvor socialsystemerne bevarer deres identitet, men tvinges til gensidige hensyn.**

### 2.3.3 SAMFUNDSANSVARLIGHED SOM SYMBOLMEDIE

Jeg forestiller mig, at det bærende symbolmedie for dette offentlige kommunikationssystem er *samfundsansvarlighed*.

Hos Luhmann er et symbolmedie en forformet norm, som lægger en forudforstået platform og ramme for kommunikationen inden for et funktionsområde for at sandsynliggøre selektionskoblinger (selektiv forståelse). Vi får stillet vores optik, præciseret vores focus, sat vores perspektiv. Når funktionen er at tematisere og diskutere funktionssystemernes gensidige belastninger, tages symbolmediet samfundsansvarlighed i

---

<sup>182</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:422.

brug for at lette kommunikationen. Vi ved, hvad vi taler om, at omverdenshorisonten er emner, som 'signify or refer to collective interests' (Hagen & Sivertsen), og at målestokken er forestillingen om 'det fælles bedste'. Her er det forudforstået, at der ikke i kommunikationen kan selekteres udelukkende ud fra penge, sandhed, magt, kærlighed osv. Vi behøver ikke drøfte, om virksomheden skal tilsidesætte alle andre hensyn for at tjene penge. Præmisserne er, at pengene skal tjenes på en samfundsansvarlig måde. I det offentlige kommunikationssystem viger andre koder for mediet samfundsansvarlighed.

Men som Luhmann påpeger det, så veksler medierne i styrke og karakter. De er mere eller mindre isomorfe<sup>183</sup>. Penge - det ved man, hvad er. Men samfundsansvarlighed? Det vil utvivlsomt for Luhmann være som med begrebet moral<sup>184</sup>. Der er lige så mange moraler, som der er funktionslogikker. Tilsvarende formoder jeg, at Luhmann **vil advare kraftigt mod en ukritisk forestilling om begrebet 'samfundsansvarlighed' som en entydig målestok. For der er ligeså mange opfattelser af begrebet samfundsansvarlighed, som der er funktionslogikker.** Samfundet kan ikke afbildes i samfundet. Ingen kan have det tilstrækkelige overblik til en overgribende sandhed. Jeg vil gentage et centralt Luhmann-citat for at gøre pointen klar:

Således er det moderne socialsystem, som vi kalder samfund, samtidig politisk funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; økonomisk funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; videnskabeligt funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; religiøst funktionssystem og dettes samfundsinterne omverden; og så videre.<sup>185</sup>

Samfundsansvarlighed må altså tilsvarende være systeminterne forestillinger snarere end et isomorft symbolmedium. **Samfundsansvarlighed som symbolmedium tager form efter det symbolmedium, det i øvrigt kobles med. Således bliver forskellen på den luhmannsk inspirerede og den habermaske forståelsesramme for begrebet offentlighed tydelig. Mens vi hos Habermas' har livsverdenen som ideal og mulighed for en fælles tydningshorisont, så indebærer symbolmediet samfundsansvarlighed mange forskellige tydningshorisonter.**

## 2.4 TILLID

Når den sociale regulering delegeres fra den fælles, centrale statsregulering ud i socialsystemerne og sker gennem en gensidig justering med refleksion som handlingsmaksime, er det som nævnt for at øge kompleksiteten både inden for systemgrænserne og i interaktionen imellem systemerne. Dereguleringen fremmer dynamik-

---

<sup>183</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:412.

<sup>184</sup> Ved moral forstår Luhmann en særlig slags kommunikation, som opererer med distinktionen god/dårlig hhv. god/ond og dermed bringer menneskelig agtelse eller misagtelse til udtryk. Den er ikke henvist til et særligt funktionssystem, men findes overalt i samfundet, og giver forskellige resultater afhængig af, hvilken kode den i øvrigt kobles sammen med. Der er klare paralleller til begrebet samfundsansvarlighed.

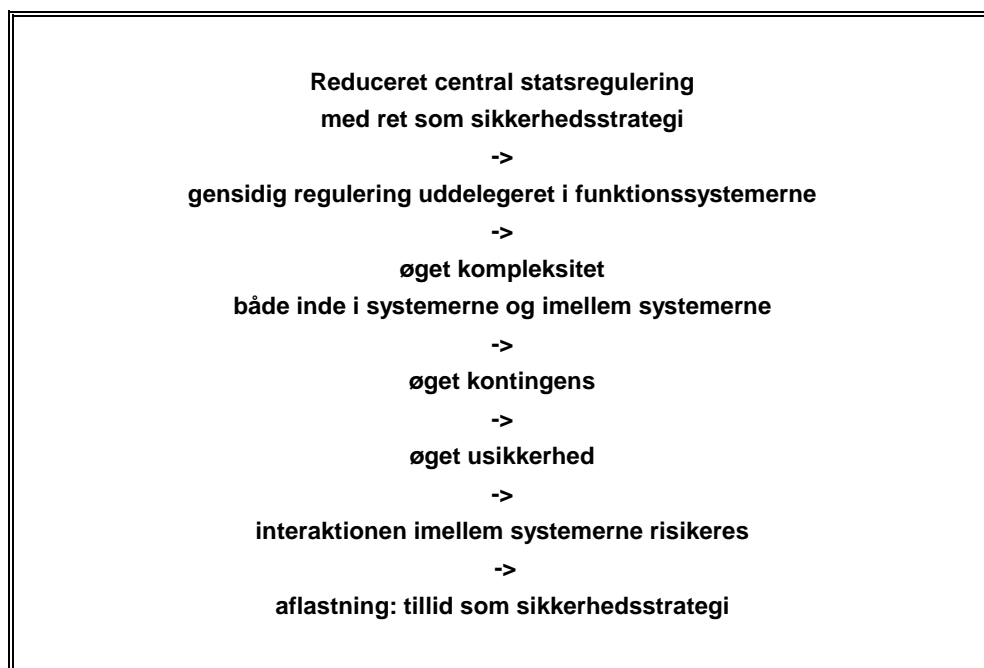
<sup>185</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:167.



ken og udviklingen inde i systemerne. Refleksionen forbedrer mulighederne for gensidige hensyn og samarbejde imellem systemerne.

Imidlertid *belaster* kompleksitetsstigningen også interaktionen. Svækkelsen af den fælles fremmedreference i systemerne og stigningen i den systeminterne kompleksitet styrker funktionslogikkerne. Det tenderer til yderligere at gøre funktionssystemerne fremmede for hinanden. Samtidig belaster det interaktionen, at systemerne i stigende grad skal medvirke til at regulere hinanden; interaktionen skal også kunne håndtere den gensidige sociale regulering.

Resultatet er en meget høj kompleksitet i interaktionen. Det indebærer tilsvarende en høj kontingens<sup>186</sup>, og dermed øget usikkerhed i interaktionen. Ved høj kontingens er det er vanskeligt at gennemskue og forudsige andre systemers adfærd, og dermed risikabelt at inddrage sig på interaktion. Det kan tvinge til helt at give afkald på sociale relationer; interaktionen imellem systemerne er i fare. Det er her, det konventionelle reguleringsmiddel *retten* har været den dominerende sikkerhedsstrategi til aflastning af usikkerheden. De forskellige tendenser tyder på, at **distinktionen tillid/mistillid nu i stigende grad træder i stedet som funktionsækvivalent.**



Figur 12: Fra ret mod tillid som sikkerhedsstrategi.

Tillid er ligesom retssystemer, menneskerettigheder og andre normer for menneskeligt samkvem en basal samfundsmæssig mekanisme.

Tillid er et universelt socialt faktum. Det bliver kun tildækket ved, at der findes funktionelt ækvivalente sikkerhedsstrategier og situationer næsten uden valgfrihed, som fx på rettens og organisationernes område. Også her kan tillid imidler-

<sup>186</sup> "Noget er kontingent, når det hverken er nødvendigt eller umuligt, som altså er sådan, som det er (var, havde været), kan være, men også er anderledes muligt." Luhmann, *Sociale Systemer*:97. "Kompleksitet [...] betyder selektionstvang, selektionstvang betyder kontingens og kontingens betyder risiko." Samme:24.

tid som et slags redundant sikkerhedsgrundlag være påkrævet, hvis de øvrige adfærdsreguleringer bliver rystet.<sup>187</sup>

Tillid har således den samfundsmæssige funktion, der muliggør interaktion under høj kompleksitet.

Tillid optræder, når indladelsen på situationer med dobbelt kontingens<sup>188</sup> bliver følt som særlig risikabel. Den anden kan handle anderledes, end jeg forventer; og han kan, netop når og fordi han ved, hvad jeg forventer, handle anderledes, end jeg forventer. Han kan lade sine hensigter være uklare, eller han kan bedrage.<sup>189</sup>

Tillid forstås af Luhmann som en nødvendig, ufravigelig mekanisme til reduktion af kompleksitet. Tillid udvider socialsystemers handlingspotentiale betragteligt; man kan støtte sig på usikre præmisser, handle på overkontingente forventninger uden sikker viden om, men ud fra tilliden til, at man med en vis sandsynlighed kan forudsige fremtidige handlinger.

Tillid har ikke sit eget funktionssystem, men er et fænomen, der går på tværs af alle medier<sup>190</sup>. Derfor må man formentlig relatere det til det medie, der er bærende for den interaktion, tilliden anvendes til at sikre. Man kan med pengemediet have tillid til, at en virksomhed vil tjene penge hjem til investorerne, at man får sin løn eller sin betaling. Man kan i videnskabssystemet have tillid til, at en gruppe forskere finder sandheden. Man kan med familiesystemets kærlighedsmedie have tillid til, at kæresten er trofast. Taler vi om det offentlige kommunikationssystem med det bærende medie samfundsansvarlighed kan man have tillid til, at en virksomhed er sig sit samfundsansvar bevidst og ikke forurener, at forskningen er sig sit samfundsansvar bevidst og ikke udsætter dyr for unødigt plagsomme forsøg osv.

Tyske forskere<sup>191</sup> peger i en systemteoretisk referenceramme på begreberne *social og offentlig tillid* som en stadig mere væsentlig faktor i samfundets interaktion og

---

<sup>187</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:112. En anden af nutidens store samfundsfilosoffer, den engelske Anthony Giddens, siger om tillid: At forudsætte tillid indebærer en risiko-nytte-kalkulation med hensyn til den viden, der er indvævet i den samfundsmæssige refleksivitet. Fordi gyldighed over for moderniseringsprocessernes dynamik ikke mere alene er et spørgsmål om sandhed, men også et spørgsmål om samfundsmæssig acceptans, vinder tillid betydning som en refleksiv reguleringsmekanisme. Giddens i Bentele:139.

<sup>188</sup> Begrebet dobbelt kontingens er centralt hos Luhmann, men jeg har valgt det fra i min teorigennemgang, fordi det ikke er tvingende påkrævet for skitsen af et systemteoretisk public relations paradigme. Det er en videreudvikling af Parsons' teori om problemet med betingelserne for muligheden for handlinger ved fordoblingen af kontingens i interaktion og kommunikation. Når to systemer med hver sin kontingens skal interagere, opstår der dobbelt kontingens - i princippet en uendelig række muligheder af selektioner og reaktioner og derfor usikkerhed: "Ego erfarer alter som alter ego. Han erfarer med perspektivernes ikke-identitet, men samtidig identiteten af denne erfaring på begge sider. For begge er situationen derved ubestemmelig, instabil, utålelig." *Sociale Systemer*:107.

<sup>189</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:111.

<sup>190</sup> Tillid er ifølge Luhmann ikke et særligt medie, men et fælles aspekt ved alle medier, nemlig deres 'futuresitet'. Tillid er ikke simpel, men refleksiv: Den bygger på, at andre også har tillid. Den spejler sig i en permanent mulighed for mistillid. Thyssen, *Penge, Magt & Kærlighed*:83.

<sup>191</sup> Fx Bentele, *Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations* og Rühl, *Europäische Public Relations*.

kommunikation. *Social tillid* forstår jeg som *tillid i sociale sammenhænge*. Bentele definerer *offentlig tillid* som en mekanisme, der har udkrystalliseret sig som en særlig art af social tillid i sammenhæng med massemediernes rolle i det offentlige rum. Rühl synes at bruge begrebet i samme forståelsesramme, når han peger på begrebet offentlig tillid som en grundlæggende reguleringsmekanisme i dag, men et begreb, der ikke er så velstruktureret som loven, og uden moralens og etikkens teoretiske og normative traditioner som adfærdsregulatorer.

Tid	Metode til social regulering	
1750-	positiv ret	Kompleksiteten for stor ->
1980	-> moral og etik, sociale regulatorer meget ældre end positivretten	Kompleksiteten for stor ->
1990	-> offentlig tillid diskuteres som endnu en regulator af mange beslutningsprocesser	

Figur 13: Vekslende medier for social regulering ifølge Rühls artikel "Europäische Public Relations". Egen figur.

Jeg vil give begrebet offentlig tillid en lidt anden drejning, end både Bentele og Rühl gør det. Formentlig hænger denne 'offentlige' variant at det sociale tillidsbegreb snævert sammen med begrebet samfundsansvarlighed, som vi tidligere har været inde på som 'det nye mantra i dansk politik', hvor det før var ret<sup>192</sup>. Jeg kan forestille mig, at når det medie, tillidsbegrebet anvendes sammen med, er samfundsansvarlighed - nemlig mediet i det offentlige kommunikationssystem - så kan vi bruge betegnelsen *offentlig tillid*. Hermed bliver det altså ikke som hos Bentele og Rühl et spørgsmål om tillid, der er formidlet gennem massemedia - men et spørgsmål om den bærende logik i det symbolmedium, tilliden kobles med.

## 2.5 ET PERSPEKTIV PÅ PUBLIC RELATIONS

Refleksion som handlingsmaksime betyder, at hvor det politiske funktionssystem tidligere formulerede reguleringen af interaktionen mellem socialsystemerne, så lægges denne regulering nu ud til de implicerede aktører. Dette nye samfundsmæssige emergensniveau indebærer, at

- \* socialsystemerne udvikler deres **egenkompleksitet**, så de evner selvtematisering og medrefleksion af omverdenen.
- \* det er en forudsætning for socialsystemers autonomi, at de underkaster sig en **selvkontrol** og ikke frit udspiller hver deres optioner og kontingenser, men afstemmer dem ud fra forestillingen om et fælles samfundsansvar.

<sup>192</sup> "Ansvarlighed er det nye mantra i dansk politik. Før var det ret." Sverre Raffnsøe og Ove K. Pedersen: *Udemokratisk demokrati*. Essay i Weekendavisen, 2.-8. juni 1995.

- \* socialsystemer udøver **gensidig kontrol** i en løbende justeringsproces og gennem sanktioner såsom at blokere for interaktionen med socialsystemer, der ikke afstemmer deres adfærd ud fra forestillingen om et fælles samfundsansvar<sup>193</sup>.
  
- \* den kognitive kompleksitet i interaktionen socialsystemer imellem stiger; den sociale orden styres ikke længere formaliseret gennem et fælles kendt system ('staten'), men er i højere grad overladt til systemerne selv - både som selvkontrol og gensidig kontrol. Tilsvarende øges kontingensen og usikkerheden i interaktionen. Det kræver som modvægt **øget social eller offentlig tillid**.

Moderne velfærdssamfund baserer sig på en meget høj grad af kompleksitet i de ud-differentierede socialsystemer. Det gør en dominerende central statsstyring ikke alene vanskelig, men også uhensigtsmæssig, fordi den som fremmedreference i de ud-differentierede socialsystemer svækker disses egendynamik. Vi så i eksemplet fra Norge, hvordan staten valgte at nedtone lovgivningen i banksystemet for at lade markedskræfterne råde og fremme systemets penge-regulerede egendynamik. Men vi blev efterfølgende præsenteret for det fænomen, at i moderne samfund træder decentrale sociale regulationsmekanismer i kraft for at afhjælpe funktionssystemernes gensidige belastninger; socialsystemerne afkræver hinanden en gensidig hensyntagen, afkræver 'samfundsansvarlighed' ud fra forestillingen om samfundet som en fælles, overgribende enhed.

Hvor før den politiske tankegang (forstået som det socialsystem, der som funktion har at regulere samfundet) afgrænsedes i det politiske system, så er dette kommunikationssystem nu interpenetreret med andre funktionssystemer. Den decentrale politikdannelse muliggør en høj systemintern kompleksitet, men indebærer samtidig en høj kompleksitet i interaktionen imellem systemerne. Resultatet er særlige interpenetrationszoner og en øget aktivitet i det offentlige kommunikationssystem over symbolmediet samfundsansvarlighed. Her tematiseres de belastninger, som funktionssystemerne udøver på hinanden. Hensigten er at øge den gensidig refleksion i socialsystemerne, og efterfølgende at generere tillid som sikkerhedsstrategi for interaktionen til aflastning af rets-mediet og konkret viden.

Det er en væsentlig pointe hos Luhmann, at der ikke eksisterer en enhed for samfundet. Samfundet er systeminterne konstruktioner i socialsystemerne. Det samme gælder derfor begrebet samfundsansvarlighed. Når de respektive funktionsområder reflekterer over begrebet samfundsansvarlighed, så er det altid ud fra forestillingen om et samfund i det pågældende systems perspektiv, hvor hhv. en højere prioritering af erhvervslivet, af forskningen, af uddannelsessystemet, af sundhedssektoren osv. er til samfundets bedste. Det betyder, at kommunikation og interaktion i det offentlige kommunikationssystem altid vil ske fra mange forskellige tydningshorisonter - og ikke har muligheden af livsverdenens fælles tydningshorisont, som hos Habermas. Det, vi i et habermask perspektiv ville kalde private særinteressers kolonisering af offentlighe-

---

<sup>193</sup> Ved fx at unnlade at købe pågældende socialsystems produkter, jfr. Shell's Brent Spar boreplatformssag i juni 1995, hvor de politiske formalia ikke trådte regulerende til, men forskellige andre socialsystemer derimod gjorde det.

den, er i en systemteoretisk forståelsesramme tematisering af forskellige systemperspektiver, uden at disse samstemmes. For omvendt ville en førsteprioritering af "fællesinteressen" i systemerne betyde et sammenbrud af meningsgrænserne og svække systemernes identitet og dynamik.

Samtidig bliver det klart, at det ikke er konsens, men snarere en slags enighed om dissens, der nu regulerer samfundet; "stærke bindinger kan opstå ved, at uenighed og konflikt tvinger parterne til konstant at justere sig i forhold til hinanden<sup>194</sup>". Resultatet er en kontekstreguleret social orden, hvor konflikterende interesser afbalanceres i en løbende proces.

**En kontekstreguleret social orden skal altså krydse autonomi og sammenhæng, independens og interdependens - i overensstemmelse med autopoiesisteoriens åben/lukkethedsparadoks. Til at varetage den løbende proces af gensidig refleksion imellem socialsystemerne udvikles strukturer af expressiv eller politisk karakter, som binder de differentierede enheder i en kompleks social orden. Sådanne mekanismer har karakter af transformatorer, som kan oversætte og formidle mellem de forskellige medier. Det er formentlig i dette perspektiv, vi skal se fremkomsten og udviklingen af moderne public relations.**

---

<sup>194</sup> Sverre Raffnsøe og Ove K. Pedersen: *Udemokratisk demokrati*. Essay i Weekendavisen, 2.-8. juni 1995.

### **3. PUBLIC RELATIONS SOM REFLEKSIV STRUKTUR**

Der er træk ved et kontekstreguleret samfund, som i særlig grad kan betinge emergensen af public relations som et særskilt handlingsmønster i en systemteoretisk forklaringsramme:

- \* socialsystemer forudsætter gensidig refleksion for deres interaktion
- \* det offentlige kommunikationssystem breder sig med sin tematisering og diskussion af funktionssystemernes stigende gensidige belastninger<sup>195</sup>; samfundsansvarlighed er som kontingenskontrol det ny 'mantra i forhandlingssamfundet'<sup>196</sup>
- \* offentlig tillid er en voksende forudsætning for interaktion

Det betyder store ændringer og en ny kompleksitet i organisationssystemers omverden. Den modsvares ikke umiddelbart af en tilsvarende systemintern kompleksitet. For at kunne håndtere denne nye kompleksitet i omverdenen må den systeminterne kompleksitet derfor udvikles, så den rummer evnen til refleksion og til interaktion med det offentlige kommunikationssystem. Det er formentlig her, vi ser public relations strukturer af forskellig art emergere. Jeg forestiller mig, at disse public relations strukturer

- \* øger kompleksiteten hos socialsystemer på funktionsområder uden for den offentlige kommunikation, så disses systeminterne kompleksitet kan håndtere den øgede kompleksitet i det offentlige kommunikationssystem
- \* og interpenetrerer det offentlige kommunikationssystem gennem etablering af vekslende kommunikationszoner
- \* hvor public relations fra en 2. ordens iagttagelse fungerer som en slags tolk mellem opdragssystemets kode (penge, magt, sandhed osv) og koden samfundsansvarlighed
- \* for i opdragssystemets at bidrage til refleksionen og gøre det fortjent til offentlig tillid
- \* og i det offentlige kommunikationssystem at bidrage til at overbevise om, at opdragssystemet er den offentlige tillid værdig

---

<sup>195</sup> Den rationalitet, Hagen & Sivertsen definerer som 'public argumentation' og som kendetegner det offentlige kommunikationssystem, breder sig ud i hele samfundet. Det er her, Raffnsøe & Pedersen taler om "den politiske forhandlingsrationalitet, der hviler på en langt bredere egeninteresse end markedsøkonomien, [og som i dag synes] at brede sig til alle områder af samfundslivet", jfr. III 2.2.1.

<sup>196</sup> Jfr. Raffnsøe & Petersen.

Det er min påstand, at vi hermed kan skitsere en aktivitet, som varetager organisationers public relations i moderne pluralistiske samfund, og som står centralt som sensor i socialsystemers autopoiese. **Det indebærer langt fra, at al aktivitet, der i dag går under betegnelsen public relations, kan indfanges med denne skitse. Omvendt gælder det, at visse aktiviteter, der i dag ikke går under betegnelsen public relations, indfanges med skitsen.**

### 3.1 OFFENTLIG TILLID

Her kan vi se konturerne af et fænomen, der står centralt i den kontekstsregulerede sociale ordens interaktionsmønster, hvor tillidsbegrebet er i focus som sikkerhedsstrategi og forudsætning for interaktionen imellem socialsystemerne. Blandt adskillige eksempler vælger jeg, hvad jeg har ved hånden på dette tidspunkt af specialet, og citerer fra en af de største danske erhvervsvirksomheders kommunikationspolitik:

Vigtigere er imidlertid at sikre, at den omverden som Danisco er afhængig af - eller som er afhængig af Danisco - ved hvad Danisco er, og hvad Danisco ønsker at være. Denne viden skal tjene til at opbygge det billede af vores virksomhed, som vi ønsker omverdenen skal have - og som vi fuldt ud kan stå inde for. Vi vil hos vore informationsmodtagere opbygge et sæt af forventninger, som de kan regne med, at Danisco kan og vil leve op til. De skal opleve, at de kan have tillid til Danisco.<sup>197</sup>

Tilsvarende skriver Ronneberger & Rühl i deres forsøg på et systemteoretisk public relations koncept:

Det er public relations' særlige samfundsmæssige virkningshensigt, gennem tilslutningshandlen, eller mere præcist; gennem tilslutningskommunikation og -interaktion, at forstærke offentlige interesser (almenvællet) og offentlighedens sociale tillid - i det mindste at regulere partikulærinteressers driven-fra-hinanden og forhindre, at der opstår mistillid.<sup>198</sup>

Det er dette tillidsbegreb med reference til begrebet samfundsansvarlighed, jeg tidligere i specialet har indkredset som offentlig tillid. Andre sociale tillidstyper har at gøre med, om fx en virksomhed betaler sine lønninger til tiden, leverer den forventede produktkvalitet osv. Den offentlige tillid baserer sig på sandsynligheden for at kunne forvente samfundsansvarlighed, dvs. for at virksomheden fx betaler lige løn til mænd og kvinder, ikke misbruger naturens ressourcer i produktionen osv.

Offentlig tillid har isoleret set ingen værdi for socialsystemerne, men kan betragtes som en kapital, der løbende kan byttes med ressourcer, som systemet behøver fra andre socialsystemer. Uden offentlig tillid er risikoen omvendt, at andre socialsystemer afbryder interaktionen. Det kan i det økonomiske system fx betyde, at forbrugere ikke vil købe en virksomheds produkter, arbejdstagerne ikke vil tage arbejde,

---

<sup>197</sup> Kommunikationsmål og -politikker, Koncerninformationsafdelingen i Danisco, juni 1995:4-5. Min understregning.

<sup>198</sup> Ronneberger & Rühl:252. E.o. Rühl bruger i senere litteratur betegnelsen offentlig tillid.

investorerne ikke vil investere, politikerne ikke vil give lov, videnskaben ikke vil forske osv.

Public relations får i denne fortolkning til opgave både **at overbevise om offentlig tillid**, som beror på forventninger om samfundsansvarlighed, men også at medvirke til **at sikre, at den offentlige tillid er fortjent**. For tillid forpligter. Når først et socialsystem har vundet tillid, må det kontinuerligt gennem handling vise, at tilliden er berettiget. Socialsystemet forpligter sig til fortsat at fremstå som tillidsværdigt<sup>199</sup>, til at være *troværdigt*. Socialsystemet må fremstå som samfundsansvarligt.

Man kan godt vinde tillid ved at skabe en illusion om, hvem man er, man kan også kun vedligeholde tilliden og benytte den som en konstant mulighed, hvis man opretholder "bedraget".<sup>200</sup>

Public relations aktiviteten har derfor en tosidet opgave. For det første at overbevise om opdragssystemets samfundsansvarlighed for at sikre den offentlige tillid, der er nødvendig for interaktionen med andre systemer. For det andet at medvirke til, at opdragssystemet fortjener tilliden. At vedligeholde offentlig tillid forudsætter samfundsansvarlighed, forstået som gensidig refleksion, dvs. et socialsystems evne til at forstå sig selv som omverden for andre socialsystemer og tage hensyn til dette i den systeminterne kommunikationsproces.

### 3.2 OFFENTLIGE RELATIONER

Grundlæggende bliver det et spørgsmål om at varetage organisationers *offentlige relationer*. Skitsen til et socialsystemisk public relations paradigme tager dermed udgang i begrebets navn i forsøget på at indfange public relations som et særligt handlingsmønster i difference til andre interaktive hjælpestrukturer. Hos Habermas tog vi også udgang i offentlighedsbegrebet, men et luhmannsk perspektiv divergerer grundlæggende, fordi vi her ikke på samme måde kan skelne mellem privat og offentlig. Det har helt afgørende betydning, at offentlighedsbegrebet har en ganske anden karakter, også selv om vi i begge paradigmer kan lægge rationalitetsbegreber til grund for definitionen.

Socialsystemer er forankret i mening, i koder, i logikker - ikke i institutioner. Relationer imellem socialsystemer er tilsvarende et spørgsmål om de meninger<sup>201</sup>, koder og logikker, der bærer dem - ikke om de institutioner, relationerne sammenkobler. **Derfor er det for public relations ikke definatorisk, om relationen retter sig mod politikere, mod investorer, mod massemedia, mod nærsamfundet, mod medarbejdere**<sup>202</sup>. **Derimod defineres en offentlige relation af den bærende mening,**

<sup>199</sup> Jfr. Luhmann, *Trust and Power*:64 i Christensen, Falck, Skadhauge, *Dialogiske Myter*:136.

<sup>200</sup> Christensen, Falck, Skadhauge, *Dialogiske Myter*:136.

<sup>201</sup> NB: Jeg minder om, at mening står for Sinn, sense, meaning - **ikke** Meinung, opinion.

<sup>202</sup> Som når public relations praksis forsøges forklaret med begreber som 'lobbyisme' (rettet især mod politikere), investor relations, pressekontakt, publicity (rettet mod massemedia), community relations, medarbejderinformation.



**kode, logik.** Derfor definerer jeg offentlige relationer som *relationer til det offentlige kommunikationssystem*. **Afgørende for, om relationer kan defineres som offentlige, bliver hermed, om deres reference er mediet for det offentlige kommunikationssystem, samfundsansvarlighed.** Offentlige relationer kan således have betydning for interaktionen med alle socialsystemer i et socialsystems omverden; medarbejdere, forbrugere, kunder, politikere, massemedia osv.. Alle disse socialsystemer interagerer nemlig også med det offentlige kommunikationssystem, som kan begribes som et slags marked for offentlig tillid. Her kobler socialsystemerne indirekte med hinanden over mediet samfundsansvarlighed.

### 3.3 2. ORDENS IAGTTAGELSEN

Som det vil være fremgået, så er samfundsansvarlighed en indsats som led i socialsystemers strategiske overvejelser. Tilsvarende er også public relations indsatsen et led i socialsystemers strategiske overvejelser. Public relations strukturer må således have deres forankring uden for det offentlige kommunikationssystem, og må være forankret i en anden kode end samfundsansvarlighed<sup>203</sup>.

Jeg har tidligere påpeget, at socialsystemer ser omverdenen ud fra deres egen logik, kun selekterer informationer fra omverdenen, der giver mening ud fra deres egen logik, og i øvrigt fortolker informationerne ud fra deres egen logik. Hvis public relations er forankret i systemer med en anden logik end samfundsansvarlighed, hvorledes vil public relations i så fald overhovedet være opmærksom på omverdensinformationer med koden samfundsansvarlighed, og hvilken nytte vil sådanne informationer i givet fald overhovedet have, hvis de straks omfortolkes efter de forskellige basale symbolmedier? Hvor et krav til økonomien om mindre forurening eller om ligeløn straks vil blive affærdiget med, at "Nej, for det vil jo gå ud over indtjeningen"? Et krav til viden-skaben om at stoppe forsøg, der plager dyr, tilsvarende med "Nej, for det vil jo gå ud over forskningen"? Et krav om at stoppe politisk magtmisbrug med "Dem skal vi nok få lukket munden på"? Osv.

Formentlig er løsningen at forstå public relations som en 2. ordens iagttagelse, der grundlæggende er forankret i opdragssystemets kode<sup>204</sup>, men for at være funktionel må hæve sig op over både denne kode og koden samfundsansvarlighed, og ud fra et polykontexturalt perspektiv medvirke til at afdække opdragssystemets blinde plet<sup>205</sup>.

Et alternativ kan det være, at public relations bruger koden samfundsansvarlighed ud fra opdragssystemets perspektiv. Samfundsansvarlighed som medie er som påpeget tidligere i specialet ikke en fast størrelse, men en uddifferentieret socialintern kon-

---

<sup>203</sup> Jeg ser her bort fra public relations strukturer i såkaldt moralske organisationer som Greenpeace, WWF Verdensnaturfonden osv, der formentlig vil betragte deres medie som samfundsansvarlighed. Hvorvidt en sådan betragtning kan holde vand, vil jeg undlade at problematisere her.

<sup>204</sup> Public relations aktivitetens strategiske formål er hhv. flere penge, mere magt, mere sandhed osv. - ganske vist indirekte over symbolmediet samfundsansvarlighed og midlet offentlig tillid.

<sup>205</sup> Se også III 1.7.

struktion, som tager farve efter logikken i det socialsystem, der bruger det i sin refleksion<sup>206</sup>.

### 3.4 DEN REFLEKSIVE OPGAVER

Man kan i den forstand vælge at opfatte public relations fænomenet som en sensor i autopoiesisprocessen, der opererer i systemteoriens centrale genstandsfelt mellem systemet og dets omverden ud fra problemstillingen: Hvordan kan der trods systemers lukkethed etableres åbenhed? Systemkommunikationen vil altid være en lukket operation, men gennem etableringen af strukturer med karakter af 2. ordens iagttagelse kan lukketheden iagttages og systemer nå en ny slags lukkethed. Her kan public relations forstås som en af de kommunikative hjælpestrukturer, der bistår systemer i 2. ordens iagttagelse, til refleksion. Public relations reflekterer således, hvor opdragssystemet selv sætter grænser, og hjælper sit opdragssystem til at tage højde for, at andre systemer har andre meningsgrænser.

Det er her en væsentlig pointe, at offentlig tillid ikke er sikret med blot at ændre signaler udadtil i en samfundsansvarlig referenceramme, således at svaret på kravet om at undgå forurening i det økonomiske system blot ændres til "Nej, for det vil jo koste arbejdspladser", resp. "Nej, for det vil jo gå ud over betalingsbalancen". Og fra viden-skaben på kravet om at stoppe forsøg, der plager dyr, tilsvarende til "Det kan vi jo ikke, mange menneskeliv vil formentlig gå tabt så, hvis vi må stoppe disse forsøg". Og svaret på kravet om at stoppe politisk magtmisbrug til "Det er jo grundlæggende til vore alles fælles bedste, at denne her sag føres hurtigt igennem uden alt den demokratiske trækken-i-langdrag og sludder-sladder". Osv. Offentlig tillid er en skrøbelig sag. Den kan tabes på gulvet og lynsnart ændres til mistillid, medmindre et socialsystem virkelig evner at reflektere sig selv i den større sammenhæng og integrere i sin kommunikation, at det for tiden er nødvendigt for socialsystemets eksistens på det længere sigt hhv. at undgå forurening, at stoppe plagsomme dyreforsøg, at hindre magtmisbrug osv.

**Motivet er funktionelt, ikke etisk. Rationalet er kognitivt, ikke normativt. Selvrestruktionen er forudsætningen i det kontekstregulerede samfund, hvis socialsystemet fortsat vil nyde offentlig tillid som samfundsansvarlig og undgå regulering ud fra, enten i form af restriktiv lovgivning eller i form af blokering af interaktionen fra andre socialsystemer.**

Refleksion er ikke så enkel. Den er imod socialsystemernes 'natur'<sup>207</sup>. Evnen til selvtematisering og selvrestriktion gennem refleksion kræver derfor processer, som kan udvikle socialsystemers kognitive kompleksitet og forbedre deres evne til at forholde sig refleksivt til deres omverden.

**Det er her, vi kan skitsere public relations refleksive opgave.**

---

<sup>206</sup> Sune Larsen og Niels Boe Sørensen peger således i deres public relations speciale *PR for PR* på, at public relations omkoder det afsætningsøkonomiske sprog til offentlighedens sprog.

<sup>207</sup> Jfr. III 1.7.

I det, der traditionelt kaldes indadrettet public relations, bliver det i et socialsystemisk paradigme public relations' særlige ydelse

- \* at selektere og afkode informationer fra det offentlige kommunikations-system fra et 2. ordens perspektiv og formidle dem ind i opdragssystemet
- \* for at styrke opdragssystemets selvrefleksion
- \* således at opdragssystemet kan afstemme sin adfærd i forhold til den offentlige menings forventninger
- \* og dermed løbende gøre sig fortjent til relevante omverdenssystemers offentlige tillid

Jfr. passagen fra DPRFs definition "at tilpasse virksomhedens politik og funktioner efter offentlighedens krav på grundlag af en vurdering af virksomhedens omdømme". Der er en mangfoldighed af konkrete eksempler fra praksis. Jeg har valgt, hvad der var for hånden, da jeg nåede hertil i specialet og jævnfører specifikt for miljøbelastninger med *CERP Environment Paper, 1995*:

The public relations function constantly analyses the public opinion's views and judgments and for this reason is **requested to define the evaluation criteria able to assess the environmental impact** of the company's choices while establishing plans and taking decisions." [...] "**Altogether, these "rules" and what emerges from the public opinion on the environmental issues allow** the PR professional **to identify the publics and the specific interests** to which the enterprise must refer.

Tilsvarende skriver DPRFs og Statens Informations kodeks for miljøkommunikation<sup>208</sup> af 15. september 1995:

Vi vil aktivt fremme en bæredygtig udvikling. Det vil vi gøre ved at opfordre vores arbejdsgivere, klienter og organisationer til at formulere og efterleve en ansvarlig miljøpolitik. [...] Det vil vi gøre ved, når som helst det er muligt, at råde vores arbejdsgivere, klienter eller organisationer til at gennemføre regelmæssig miljørevision [...].

---

<sup>208</sup> Og på trods af vilkårligheden i mine valg reflekterer de et emne af særlig aktualitet i public relations praksis i disse år - den såkaldte miljøkommunikation.

### 3.5 DEN EXPRESSIVE OPGAVE

Det er min forståelse af begrebet offentlig tillid, at det er den tillid, der skabes over mediet samfundsansvarlighed i den offentlige kommunikation. Det er public relations' refleksive opgave at selektere informationer ind fra denne omverden til brug i opdragssystemets refleksion for at gøre det fortjent til offentlig tillid.

At generere denne offentlige tillid i relevante omverdenssystemer kræver imidlertid, at samfundsansvarlighed indgår i disse systemers systeminterne konstruktion af socialsystemet. Det samfundsansvarlige selvbillede må oversættes til et samfundsansvarligt fremmedbillede for at generere offentlig tillid. Derfor har public relations tilsvarende en *expressiv* opgave i interaktionen med den offentlige kommunikation.

Den består i **at stille 'billeder' til rådighed for de offentlige kommunikationsprocesser**. Billeder skal her forstås i systemteoriens konstruktivistiske begrebsramme. Når der ikke findes en virkelighed, så skaber man billeder af virkeligheden. Det er en kompleksitetsreduktion, en funktionel foranstaltning, der skal lette interaktionen imellem systemer. Vi taler altså om billeder af socialsystemernes virkelighed. Det er sådanne billeder, der i praksis formidles gennem alt fra telefonsamtaler og foredrag til pressemeddelelser, brochurer, 'informationsblade', videoer mmm.

#### **Det er her, vi kan skitsere public relations' ekspressive opgave.**

I det, der traditionelt kaldes udadrettet public relations, bliver det hermed i et socialsystemisk paradigme public relations' særlige ydelse

- \* at skabe og formidle billeder på vegne af opdragssystemet til brug for offentlige kommunikationsprocesser
- \* for at sikre, at det offentlige kommunikationssystem opererer med et samfundsansvarligt billede af opdragssystemet
- \* som medvirker til at styrke den offentlige tillid (og dermed interaktionen med relevante omverdenssystemer).

Jfr. passagerne fra DPRFs definition "gennem planmæssig og udbredt information af søge opnået bedre forståelse for virksomheden og dens samfundsmæssige betydning" og "at opnå forståelse, sympati og støtte i de kredse af offentligheden, de [dvs. opdragsorganisationerne] har eller vil få kontakt med".

Forskellige andre kilder er inde på en tilsvarende konstruktivistisk forklaringsramme for public relations' ekspressive opgave, hvor billedbegrebet af Ronneberger & Rühl defineres således:

Es sind die im Image verbundenen Selbstbilder und Fremdbilder, die Ego und Alter symbolisch substituieren, und es sind Images, die Information und Verstehen möglich machen. Images sind keine Durchlaufkanäle. Sie wirken mit in der Kommunika-

tion und somit beim Gelingen von Achtungserweisen bzw. von Achtungsverweigerungen.<sup>209</sup>

Knorr/Faulstich<sup>210</sup> peger således på, at public relations funktionens centrale opgave er *image-skabelse* for at nå *struktur-homologi*:

Öffentlichkeitsarbeit ist Imagegestaltung als Explikation und Vermittlung des jeweiligen System-'Sinns' mit dem Ziel der Strukturhomologie.<sup>211</sup>

Image er altså 'meningsbilleder', som andre socialsystemer kan forholde sig til og handle ud fra, så interaktionen mellem systemerne bliver rimeligt vellykket. Det skal ikke forveksles med en virksomheds holdninger - men snarere derhen, at omverdenen begriber, hvad meningen med systemet egentlig er i en mere teknisk-funktionel forstand. Hensigten er ikke normativ forståelse, men kognitiv overensstemmelse. Dydigt image-skabelse er forudsætningen for struktur-homologi, som atter er forudsætningen for effektive strukturelle koblinger systemer imellem. Knorr/Faulstich tager afstand fra tillidsbegrebet, men det er i den subjekt-funderede forstand; jeg mener, at vi kan parallellisere strukturhomologi med det systemteoretiske tillidsbegreb.

Merten<sup>212</sup> bruger også begrebet image som centralt for public relations, men har ikke samme ambitioner med funktionen som Knorr/Faulstich. For Merten er *images*<sup>213</sup> subjektive konstruktioner til erstatning for objekter, som man ikke har nogen direkte tilgængelig viden om, og ingen umiddelbar eller en for beskeden erfaring til at kunne *skabe sig et konkret billede* af. Ifølge Merten kan *images konstrueres med fortsat, kontingent, dvs. alt efter behov*, og gennem egnede strategier formidles til offentligheden fx via pressekonferencer, direct mailings, sponsoring og lobbyisme, opinionsledere, VIP'ere mm: Og det er netop public relations' opgave, hævder han.

Merten peger på, at fordi massemediesamfundets konstruerede virkelighed løbende skal befæstes, forudsætter stabiliseringen af et image som en relativ bestandig meningsstruktur en kontinuerlig informationsforsyning gennem massemedierne for at opbygge virksomheders troværdighed og *skabe langvarig tillid*.

---

<sup>209</sup> Ronneberger & Rühl:235.

<sup>210</sup> Werner Faulstich baserer sin bog *Öffentlichkeitsarbeit - Grundwissen* på en tidlig systemteoretisk baseret ansats til en public relations teori af Ragnwolf H. Knorr, *Public Relations som System-Umwelt-Interaktion*, Wiesbaden 1984. Knorr underviste i *Öffentlichkeitsarbeit* på Nürnberg-Erlangen universitetet fra et systemteoretisk perspektiv. I forskellige litteraturlister er jeg stødt på hans navn i forbindelse med Luhmanns. Faulstich bog kan forekomme uhomogen, men jeg finder de udsnit, der baserer sig direkte på Knorr og bærer præg af at være meget Luhmann-nære, interessante.

<sup>211</sup> Samme:72.

<sup>212</sup> Klaus Merten, *Begriff und Funktion von Public Relations*, prmagazin 11/92 (Tyskland).

<sup>213</sup> Begrebet image definere Merten således: Ved et image forstår man et konsonant skema af kognitiv og emotiv struktur, som mennesket frembringer af et objekt (person, organisation, produkt, ide, begivenhed). Images er at betragte som subjektive konstruktioner, som mennesket frembringer især for objekter, som det ikke har nogen direkte tilgængelig viden om, og ingen umiddelbar eller en for beskeden erfaring til at kunne "skabe sig et konkret billede af". Derfor er images stabile eller objektive, men foranderlige og selektive og frem for alt: De lader sig kombinere og konstruere med fiktive strukturelementer og svarer derfor ifølge Merten på næsten ideal vis til mediesamfundets nutidige kommunikationsbehov.

Hagen & Sivertsen<sup>214</sup> taler tilsvarende om public relations udøvere som *impression managers*. Hvor bankerne ifølge deres norske undersøgelse øger deres involvering i den offentlige diskurs, sker det gennem etablering af informationsafdelinger. Hagen & Sivertsen forklarer dette fænomen enten som *impression management, as attempts to manage impressions to their own advantage*, eller som *a means for banks to respond to certain aspects of the production process of news in the mass media*.<sup>215</sup>

Der er en markant forskel på Knorr/Faulstichs beskrivelse af public relations' expressive opgave som billedskabelse, og på Mertens hhv. Hagen/Sivertsens ditto. Knorr/Faulstich opstiller et billed-begreb, der er funktionelt i forhold til det offentlige tillidsbegreb, som jeg har opstillet det. Billedkonstruktionen skal baseres på systemets 2. ordens iagttagelse, på refleksion. Der skal tilstræbes overensstemmelse mellem image og systemstrukturer. Merten og Hagen/Sivertsen opstiller derimod et billedbegreb, som alene repræsenterer den expressive side, uden forankring i den reflektive.

### 3.6 ANDRE SYSTEMTEORETISKE PUBLIC RELATIONS ANSATSER

At en profet ikke er agtet i sit hjemland, gælder øjensynlig ikke Luhmann. Flere tyske forskere refererer explicit til Luhmann i deres ansatser til en public relations teori.

#### 3.6.1 FRANZ RONNEBERGER & MANFRED RÜHL

Franz Ronneberger & Manfred Rühl<sup>216</sup> ser public relations som et selvstændigt socialt system, der er til stede på tre niveauer: På *makroniveauet* er public relations at forstå som en *funktion*, som *et af de seneste tilkomne delsystemer i det samfundsmæssige funktionssystem offentlig kommunikation*, publicistik. Ronneberger & Rühl betragter hovedsageligt public relations som massekommunikation. Public relations som delsystem er opstået som følge af velfærdssamfundets uddifferentiering. Det dækker som *persuasiv kommunikation* over en særlig publicistisk funktion, men udviser endnu i forhold til journalistik en mindre egenkompleksitet. Delsystemet public relations råder over egne beslutningsstandarder til at udvikle gennemslagskraftige temaer, som konkurrerer med andre temaer om at blive optaget og udbredt i den offentlige kommunikation. Public relations' særlige samfundsmæssige funktion er at forstærke offentlighedens sociale tillid gennem tilslutningskommunikation og -interaktion - "i det mindste at regulere partikulærinteressers driven-fra-hinanden og forhindre, at der opstår mistillid"<sup>217</sup>.

---

<sup>214</sup> Se også afsnit III 2.3.1.

<sup>215</sup> Hagen & Sivertsen:288. Jeg vil ikke her problematisere interaktionen imellem massemedia og erhvervsorganisationer, men henviser fx til public relations specialet *Erhvervslivet Rygter* af Eva Beckmann Larsen og Jeannette Spies. Specialets tilgang er dog ikke systemteorisk.

<sup>216</sup> Franz Ronneberger og Manfred Rühl, *Theorie der Public Relations, Ein Entwurf*, Opladen 1992.

<sup>217</sup> Ronneberger & Rühl:252.

På mesoniveauet er public relations at forstå som den *ydelse*, der vedligeholder de indbyrdes forhold mellem de forskellige samfundsmæssige funktionssystemer. Det relaterer sig derved til bytteforhold mellem funktionssystemer. Jeg fortolker her Ronneberger & Rühl sådan, at det for public relations ydelsen er et spørgsmål om at bytte sig til *offentlig tillid*, som så igen kan byttes væk for ydelser, der har grundlæggende værdi for systemet (penge, sandhed, viden, magt osv.) PR-systemets ydelser foreligger overalt, hvor der i andre samfundsmæssige funktionssystemer (og også inden for PR-systemet selv) er behov for gennemslagskraftige temaer til at fremme den sociale tillid i offentligheden. Ydelsen er som regel knyttet til organisationer. Erhvervsliv og politik er de funktionssystemer i velfærdssamfundet, som råder over særlig mange egenmekanismer til selvstyring af egenkompleksiteten.

NIVEAU	PERSPEKTIV	KARAKTER	BESKRIVELSE
MAKRO	<b>Funktion</b> i forhold til hele samfundssystemet	Delsystem i funktionssystemet offentlig kommunikation	Autonomt udviklede beslutnings-standarder til at fremstille og stille gennemslagskraftige temaer i beredskab, som konkurrerer med andre temaer i den offentlige kommunikation om accept og forarbejdning. Det er public relations' særlige samfundsmæssige virkningshensigt [...] gennem tilslutningskommunikation og -interaktion, at forstærke [...] offentlighedens sociale tillid - i det mindste at regulere partikulærinteressers driven-fra-hinanden og forhindre, at der opstår mistillid. :252. e.o.
MESO	<b>Ydelse</b> i forhold til andre funktionssystemer	Intersystemisk relation (på markeder)	Relationerne mellem de forskellige organisationsformer i PR-funktionssystemet og de enkelte organisationer i andre af samfundets funktionssystemer [...] PR-ydelser foreligger der, hvor organisationer i de samfundsmæssige funktionssystemer efterspørger eller tilbyder temaer på PR-markederne, hvorfra de forventer sig kommunikativ gennemslagskraft, således at sådanne tilslutningshandlinger bliver udløst i offentligheden, som styrker den offentlige interesse (almenvellet) og social tillid. :298 e.o.
MIKRO	<b>Opgave</b> i forhold til indre- og interorganisatoriske strukturer	Organisatoriske relationer	Relaterer sig til decentrale organisationer med forskellige målsætninger, og orienterer sig mod indre- og interorganisatorisk institutionaliserede forhold. Vekselsrelationerne på mikro-området styrer de indreorganisatorisk udviklede beslutningsprogrammer (strategier) og bliver på den måde til konkrete PR-opgaver. [...] PR-opgaver er først løst, når der kommer videre kommunikation og interaktion i stand i tilslutning til det tema, som public relations indsatsen har forårsaget. En PR-indsats er altså først succesrig, når de gennem PR-kommunikationer vundne publika handler i overensstemmelse med den persuasive PR-kommunikation. :269 e.o.

Figur 14: Ronneberger & Rühls systemteoretiske public relations koncept. Egen model.

og som af den grund ifølge Ronneberger & Rühl behøver en særlig offentlig kommunikation, nemlig public relations<sup>218</sup>.

Mikroniveauet omhandler *konkrete opgaver*. Perspektivet er public relations som analyse- og handlingssystem. Som andre systemer er public relations systemet autopoietisk, og kan selv udvikle strukturer i videste forstand, delsystemer inkluderet, med hvis hjælp omverdenens kompleksitet og foranderlighed reduceres.

<sup>218</sup> Jfr. Ronneberger & Rühl:258-259.

Ronneberger & Rühls koncept er meget omfattende, meget uoverskueligt, men også inspirerende for det systemteoretiske syn på public relations fænomenet. De tager undervejs explicit afstand fra Habermas som grundlag for public relations forskningen:

Wenn Habermas (1985) vermutet, die innerlich engagierten Subjekte könnten sich and die kollektive Identität binden, so daß die Gesellschaft im kommunikativen Diskurs ihre eigene Identität findet, so versäumt er dabei, die skizzierten Teilnahme- und Wettbewerbsprozesse unter den von Public Relations Betroffenen zu problematisieren. Die Herausforderung einer Identitätspolitik für Public Relations liegt aber heutzutage gerade darin, daß das azentrisch organisierte PR-System diese Identität in der Auseinandersetzung mit seiner Umwelt erreichen muß.<sup>219</sup>

Deres ansats bærer dog præg af, at det er udviklet af massekommunikationsforskere og betoner ikke - selv om det eksplicit baserer sig på Luhmann - den grundlæggende problematik med opretholdelsen af grænser, som for mig at se må være udgangspunktet for udviklingen af et socialsystemisk public relations paradigme.

### 3.6.2 RAGNWOLFF KNORR/WERNER FAULSTICH

I sin bog *Öffentlichkeitsarbeit - Grundwissen*<sup>220</sup> fremlægger professor *Werner Faulstich* fra Lüneburg Universitet en ganske anden public relations teori, baseret på en tidlig systemteoretisk ansats af Ragnwolf H. Knorr, som tidligere underviste i *Öffentlichkeitsarbeit* på Nürnberg-Erlangen Universitet. Ansatsen har særlig interesse, fordi Knorr har arbejdet snævert sammen med Luhmann. Faulstich videreudvikler Knorr, og forklarer public relations på metaniveau ikke som et selvstændigt system, men som *interaktion i samfundet*, som et socialt systems permanent bestående relationer til sin omverden og interne delsystemer. Herfra adskilles et handlingsniveau, hvor det konkrete public relations arbejde udføres.

I Knorr/Faulstichs systemteoretiske begrebsramme drejer public relations sig ikke om konsensus, men om homologi:

Ud fra et systemteoretisk sigte drejer forholdet mellem offentlighedsarbejde og etik sig nemlig *ikke om konsensus (over meninger, overbevisninger, værdisystemer eller værdihierarkier), men om homologi, dvs. om overensstemmelse i adfærd.*<sup>221</sup>

I denne teori bliver public relations' opgave *image-skabelse* som forklaring og formidling af det pågældende socialsystems mening med det mål at opnå *struktur-*

---

<sup>219</sup> Ronneberger & Rühl:291.

<sup>220</sup> Werner Faulstich, *Öffentlichkeitsarbeit - Grundwissen: kritische Einführung in Problemfelder*, Bamberg 1992. En videreudvikling af Ragnwolf H. Knorr, *Public Relations als System-Umwelt-Interaktion*, Wiesbaden 1984.

<sup>221</sup> Faulstich:162. E.o.



*homologi*<sup>222</sup>. Et socialsystem har strukturelle koblinger til utallige andre systemer, og det er afgørende for et socialsystems eksistens, at disse koblinger lykkes.

Strukturhomologi betegner det perfekte image, en succesrig skabt system-relation til omverdenen, sådan som den hidtil - med forkert personalisering - er opfattet som 'opbygning af tillid' eller 'udvikling af gensidig tillid'. Strukturhomologi betyder ikke systemets tilpasning til sin omverden hhv. strukturidentitet som mål, men *Interaktion in Übereinstimmung von Strukturiertheit*.<sup>223</sup>

Knorr/Faulstich sidestiller hermed indirekte begrebet strukturhomologi med tillid, som det er indkredset tidligere i dette speciale. Afvisningen gælder alene tillidsbegrebet i dets subjektfunderede forstand.

*Image* defineres systemteoretisk ikke i den forstand, man ellers kender begrebet, hvor overensstemmelse med virkeligheden ikke er en forudsætning (ofte tværtimod). I den Knorr/Faulstichske forståelse af 'image' skal der være så præcis overensstemmelse som muligt med de forskellige 'målgruppers' opfattelse af den del af systemet, som det er gavnligt for systemet at interagere med. Image er ikke længere et spørgsmål om sympati eller antipati - men om mulighed for interaktion. Image er 'meningsbilleder', som andre subsystemer kan forholde sig til og handle ud fra, så interaktionen mellem systemerne bliver rimeligt vellykket.

'Image' fra et systemteoretisk syn er altså ingen 'effekt', intet ufrivilligt eller tilstræbt rationelt-emotionelt-socialt 'billede', ikke et-eller-andet resultat af personlige kommunikationsrelationer, men udtryk for kvaliteten af selve interaktionen mellem system og omverdenssystemer i en deloffentlighed eller i medieoffentligheden. Image-skabelse betyder for så vidt interaktion som en dynamisk og kontinuerlig proces, indad og udad, i den objektive virkelighed - ikke som noget 'skabt', som pseudo-interaktion ud fra en fordrejet, forfalsket selvfremstilling, men som en selektion af reelt funderede og relevante struktur- og meningsmomenter. *Imageanalyse er altså i grunden interaktionsanalyse*.<sup>224</sup>

Images giver altså relevante meningsbilleder, som man kan forholde sig til<sup>225</sup>. Hvis de ikke er præciserede, kan det skabe utryghed, usikkerhed. Det leder igen tilbage til kompleksitetsproblematikken i interaktionen systemer imellem med paralleller til den problematik og problemløsning, jeg har skitseret. Knorr/Faulstich tager ganske vist afstand fra tillidsbegrebet, men det er eksplicit i en subjektiv forståelseramme - ikke forstået som en socialsystemisk sikkerhedsstrategi, sådan som jeg tidligere har indkredset det.

---

<sup>222</sup> Faulstich:72.

<sup>223</sup> Faulstich:71-72. E.o.

<sup>224</sup> Faulstich:74. E.o.

<sup>225</sup> En pointe hos Knorr/Faulstich er det således også, at et system har mange images, afhængig af det system det strukturerer med. Strukturkaraktistika A og faktorer B, som er relevante for interaktionen med et af de mange omverdenssystemer, kan i andre omverdenssystemer være fuldstændig irrelevante. Her kan fx struktur-karakteristika C og faktorer D være udslagsgivende for den tilstræbte struktur-homologi.

### 3.6.3 KLAUS MERTEN

Professor Klaus Merten<sup>226</sup> på Münster Universitet har valgt teorien om sociale systemer som fortolkningsramme, fordi

den kan etablere sammenhænge på forskellige niveauer - samfund, organisation og person - og sætte dem i relation til hinanden. Derudover lader det sig analytisk vise, at og hvordan alle større sociale systemer er grundet på og styres af det enkleste af sådanne systemer: gennem *kommunikation*.<sup>227</sup>

Ifølge Merten er public relations et nyt subsystem med ganske specifikke strukturer, som "næsten ubemærket har udviklet sig under kategorien målrettet kommunikation, og som knytter an til ydelserne i et andet diffust subsystem: den offentlige mening". Merten betegner public relations udøverne som meta-kommunikatorer, der bestemmer hvad, hvornår, hvor, hvordan og med hvilken virkning, der skal kommunikeres i offentligheden. Public relations praksis foretager ifølge Merten "kommunikative anstrengelser af enhver art til produktion og udbredelse af kommunikation, det fører dialog for at reklamere for sit objekt".

Merten sætter imagebegrebet<sup>228</sup> i centrum i sin konstruktivistisk-systemteoretiske ansats og tillægger public relations funktionen en central rolle i virkelighedskonstruktionen i et komplekst og uoverskueligt samfund:

Samfund er stadig mere henvist til at tillade og konstruere images som erstatning for garanterede erfaringer, og det betaler de med, at man hverken kan kræve sandhedskarakter eller varighed. [...] Konstruktionen af images lader sig instrumentalisere. De kan med fortsæt, kontingent, dvs. alt efter behov, udkastes på tegnebrættet kortfristet og økonomisk og gennem egnede strategier formidles til offentligheden: Og det er netop public relations' opgave.<sup>229</sup>

Public relations har en strategisk management-funktion og defineres som

ein Prozess intentionaler und kontingenter Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten durch Erzeugung und Befestigung von Images in der Öffentlichkeit.<sup>230</sup>

Merten påpeger, at en sådan *håndtering af fiktive elementer* kun kan være effektiv så længe, som fiktionen bliver troet og accepteret af modtageren. Kontraproduktiviteten begynder, når fiktionen gennemskues.

---

<sup>226</sup> Professor, dr. Klaus Merten, artiklen *Begriff und Funktion von Public Relations* i det tyske prmagazin 11/92.

<sup>227</sup> Merten 1992. E.o.

<sup>228</sup> Se også afsnit III 3.3.

<sup>229</sup> Professor, dr. Klaus Merten, *Begriff und Funktion von Public Relations*, artikel i den tyske public relations branches fagskrift PRmagazin, 11/1992. Min understregning.

<sup>230</sup> Merten:44.

Mertens perspektiv indfanger kun den del af public relations funktionen, som jeg nævner den expressive, og synes slet ikke at se den reflektive opgave, som er kendetegnende for moderne public relations. Men som bidrag til analysen af den expressive opgave er Mertens fortolkning inspirerende.

#### 3.6.4 CHRISTENSEN, FALCK OG SKADHAUGE

På public relations uddannelsen på Roskilde Universitetscenter har også Jan Juul Christensen, Thomas Falck og Kenneth Skadhauge lagt Luhmann til grund for et alternativ til det habermask funderede paradigme. I deres speciale *Dialogiske Myter - Mystiske Dialoger* kritiserer de brugen af Habermas i det moderne public relations forskningsprogram:

Forskningsprogrammets antagelser om, at alle problemer kan diskuteres i en konsensusorienteret dialog, er ikke realistiske. [...] Jürgen Habermas teorier er en årsag til forskningsprogrammets degenererende status. I praksis kan man ikke skelne klart mellem system og livsverden, strategisk og kommunikativ rationalitet. Den pragmatiske brug af sproget implicerer en faktisk realisering af magtmekanismer.<sup>231</sup>

I stedet introducerer de Luhmanns autopoieses-teori som udgangspunkt for et muligt forskningsprogram i public relations og konkluderer, at man bedre begriber public relations problemer ud fra Luhmann end fra Habermas. Public relations handler ikke om konsensusøgende dialoger og opnåelsen af gensidig forståelse, men om socialsystemers muligheder for at opnå stabilitet i en ustabil verden. Forudsætningen for stabilitet og interaktion er også her tillid, der bliver et helt centralt begreb i Christensen, Falck & Skadhauges *konstruktion af et nyt fundament for PR*.<sup>232</sup> Tilsvarende konkluderer specialet, at 2. ordens iagttagelsen er central for public relations opgaven:

Ustabiliteten er et vilkår på et første-ordens niveau. Systemer kan ikke komme bag om deres blinde plet. Den blinde plet er et vilkår for overhovedet at kunne se. Men på et anden-ordens niveau - i en samtale *mellem* systemer - kan der opnås stabilitet i form af en metastabilitet. Og i et PR-perspektiv er det derfor denne samtale mellem systemerne, der er central. Det er i denne anden-ordens samtale, man *måske* kan skabe en metastabilitet. Det er i denne anden-ordens samtale, et system kan udvikle en større sensibilitet over for sine egne blinde pletter og en selvbevidsthed om sine blinde pletters kontingens. At udøve PR bliver derfor tæt forbundet med den opgave, det er at udvikle et systems selvbevidsthed om sine blinde pletter.<sup>233</sup>

Jeg står dog tvivlende, når Christensen, Falck & Skadhauge afslutningsvis sammenblander Habermas og Luhmann:

---

<sup>231</sup> Christensen, Falck & Skadhauge:160.

<sup>232</sup> Christensen, Falck & Skadhauge:141.

<sup>233</sup> Christensen, Falck & Skadhauge:140.

Anden-ordens kommunikation er derfor ikke et spørgsmål om en facitliste. Det afgørende er processen - forholdet mellem systemer - ikke, hvad man bliver enige om. Og i denne forbindelse - som kriterier for kriterier - er Habermas' universalpragmatik i vores øjne et godt bud på nogle samtaleregler.<sup>234</sup>

Sammenblandingen er fristende - ikke mindst fordi Habermas' teorier forekommer så 'menneskelige' i forhold til Luhmanns socialsystemer - men farlig, fordi hele forudsætningen for Habermas' universalpragmatik er et andet samfundssyn end det, Luhmanns teorier er udtryk for. Derfor slører en sådan konstruktion i mine øjne de pointer, der er at trække i distinktionen mellem Habermas og Luhmann.

### 3.6.5 KONKLUSION

Hvor forskellige public relations koncepterne baseret på Luhmann og systemteorien end måtte være, synes de at danne fælles front mod Habermas-paradigmets konsensus-ideal og konvergere om nogle fælles temaer. Hovedproblemet er i alle at sikre interaktionen socialsystemer imellem, og et gennemgående middel er *tillid*. Også Rühl<sup>235</sup> og Bentele<sup>236</sup> ser public relations' centrale opgave som: At medvirke til at sikre den sociale tillid, der skal aflaste den usikkerhed, som den stigende kompleksitet i samfundet forårsager.

Hvor vandene skiller i forhold til det koncept, jeg skitserer, er især i fortolkningen af

- 1) den form for interaktion, der er mulig imellem socialsystemer. Her synes jeg, at de øvrige public relations koncepter ikke tydeligt nok betoner det, der for Luhmann er den helt afgørende problemstilling: Hvordan opretholder socialsystemer deres grænser? Hvis public relations fx begribes som en del af det offentlige kommunikationssystem, sådan som både Ronneberger & Rühl samt Merten gør sig til talsmænd for<sup>237</sup> - vil public relations så ikke i et luhmannsk perspektiv antage en dysfunktionel karakter, fordi praksis i så fald medvirker til at nedbryde socialsystemers grænser?
- 2) definitionen af det *offentlig tillids*begreb, hvor de øvrige koncepter synes at basere definitionen på institutionaliseringen i massemedia - og ikke på det bærende medie.
- 3) hele refleksions-problematikken, og det, vi kan kalde public relations indadrettede opgave. De øvrige koncepter fokuserer hovedsageligt på public relations' expressive opgave.

<sup>234</sup> Christensen, Falck & Skadhauge:134.

<sup>235</sup> Manfred Rühl, *The Public Relations Cycle in World-Society*, Bled paper 1994.

<sup>236</sup> Günter Bentele, *Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations* i Armbrrecht, W. og Zabel, U., *Normative Aspekte der Public Relations*, Opladen 1994.

<sup>237</sup> - selv om det offentlige kommunikationssystem i deres teoriansatser går ud fra betydningen af offentlig som 'alment tilgængelig', hvor min definition af det offentlige kommunikationssystem begriber offentlig som 'det, der angår det almene vel'.



## **4. ET PERSPEKTIV PÅ PUBLIC RELATIONS**

### **4.1 MELLEMLAUTONOMI OG INTERAKTION**

Det er midt i det kontekstregulerede samfunds paradoksale syntese af *autonomi og interaktion, selvstændighed og sammenhæng*, en funktion for public relations befinder sig. Det kan på overfladen give sig modsætningsfyldte udtryk, men i en socialsystemisk teoriramme synes vi at kunne indfange kompleksiteten, så modsætningsforholdet opløses i et meningsfuldt hele. **I et kontekstreguleret samfund er det et socialsystems reflektive evne - den, som er forudsætningen for interaktionen - der er forudsætningen for dets autonomi, for opretholdelsen af systemgrænserne.**

Dermed er der tilsvarende intet indbygget modsætningsforhold i den funktion, der kan skitseres for public relations, nemlig

#### **at styrke interaktionen imellem socialsystemerne**

gennem at  
styrke socialsystemers kognitive kompleksitet,  
så de evner at medreflektere forestillingen om samfundsansvarlighed  
og tilsvarende udøve en selvkontrol

og gennem at  
styrke socialsystemers evne til  
at håndtere den øgede kompleksitet og skabe offentlig tillid  
i interaktionen med andre socialsystemer

#### **for dermed at styrke socialsystemernes autonomi**

Med systemteorien og det kontekstregulerede samfunds paradoksale syntese af autonomi og interaktion står det klart, at medrefleksionen af mediet samfundsansvarlighed og hensyntagen til sammenhængen er udsprunget af strategiske overvejelser, hvor drivkraften er behovet for autonomi for at opretholde systemgrænserne og fortsætte autopoiesen. Når public relations fortolkes som en hjælpestruktur, der skal medvirke til at styrke socialsystemers refleksion, **er det tilsvarende sådanne strategiske overvejelser, der vil ligge bag praksis i et socialsystemisk public relations paradigme.**

Således opløses i et socialsystemisk public relations paradigme diskussionen om, hvorvidt public relations udøver *work for the public or for the organisation*<sup>238</sup>; og også overvejelser om, hvorvidt public relations praksis er forankret i det offentlige

---

<sup>238</sup> Jeg minder fx om min tidligere citerede udtalelse fra den internationale public relations veteran, Tim Traverse-Healy, om, at moderne public relations står mellem valget: *to work for the public or for the organisation*. Luhmann vil formentlig sige, at det går ud på det samme.

kommunikationssystem eller i sit opdragssystem. Ud over at etablere strukturelle koblinger kan public relations praksis etablere vekslende kommunikationssystemer i særlige interpenetrationszoner imellem socialsystemer i funktionssystemet offentlig kommunikation og andre funktionssystemer<sup>239</sup>. Luhmann peger på, at

systemer er ubestemmelige for hinanden, og at nye systemer (kommunikationssystemer) opstår til at regulere denne ubestemmelighed.<sup>240</sup>

Men skal public relations være funktionel i et socialsystemisk paradigme, er funktionens formål at medvirke til at styrke opdragssystemets meningsgrænser. Det betyder, at public relations praksis er dysfunktionel, hvis den har sin forankring i en anden mening end opdragssystemets. I bedste fald vil public relations slet ikke kunne bidrage til opdragssystemets interne kommunikationsproces og refleksion, fordi der vil være tale om forskellige systemer. I værste fald vil public relations funktionen kunne medvirke til at nedbryde opdragssystemets meningsgrænser. **Man kan forestille sig, at det harbermask funderede intersubjektive public relations paradigme, der som idealopgave har at koble systemet med livsverdenens overgribende tydningshorisont, således i et socialsystemisk perspektiv vil blive opfattet som grænse- nedbrydende og dermed dysfunktionelt.**

#### 4.2 PUBLIC RELATIONS STRUKTURER I EN FORANDERLIG OMVERDEN

Det er for Faulstich en væsentlig pointe, at public relations konceptet *image-skabelse for strukturhomologi* ikke er en fortolkning af den empiriske public relations virkelighed, men **snarere et abstrakt konstrueret ideal**. Han påpeger således med eksempler fra tyske industrikoncerners public relations afdelinger, at man oplever vekslende handlingsmønstre, og at

en strukturhomologi bliver ikke for alvor tilstræbt, derfor består den synlige imageforbedring i det mindste delvis kun i hvidvaskning.<sup>241</sup>

Som Faulstich her er inde på, og som både praksislitteratur og iagttagelser i virkelighedens public relations praksis tyder på, så udøves public relations overvejende og ofte udelukkende i sin expressive form - 1. ordens iagttagelsen. 1. ordens iagttagelsen vover sig ikke ud i den risikofyldte refleksive kommunikation, men reflekterer alene ud fra sin egen logik, dvs. forsøger at påvirke omverdenen alene ud fra sin egen reference. Først i 2. ordens udgaven<sup>242</sup> kan public relations medvirke til den egentlige refleksion i opdragssystemet, som medfører selvrestriktion af egne operative muligheder gennem hensyntagen til overlevelses- og udviklingsmulighederne hos andre systemer (kontingenskontrol).

<sup>239</sup> Formentlig kan vi forstå alt fra interaktionssystemer såsom telefonsamtaler til høringer, debatmøder, pressemøder osv til etableringen af mere formaliserede debatfora som sådanne kommunikationssystemer.

<sup>240</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:27.

<sup>241</sup> Faulstich:125. E.o. Min understregning.

<sup>242</sup> Hvor public relations i forhold til sin egen logik altid vil være 1. ordens iagttagelse. Der er her tale om den iagttagelse, public relations yder opdragssystemet.

I stedet for at lægge public relations statisk fast som 1. eller 2. ordens iagttagelse kan vi formentlig indfange mere kompleksitet ved at anlægge et mere dynamisk perspektiv på fænomenet. Samfundsfænomenerne er ifølge Luhmann ikke strukturdeterminerede (som hos Parsons), men funktionsorienterede. Tilsvarende er deres strukturer ikke statiske, men dynamiske i forhold til samfundets evolution. Public relations strukturer udvikler sig som andre strukturer dynamisk mod deres funktion. Funktionen ændrer sig med omverdenen. I et funktionelt perspektiv kan vi måske se det sådan, at public relations praksis som expressiv funktion alene er funktionel i en særlig type omverden, mens public relations praksis skal forankres også i den reflektive funktion for at være funktionel i en omverden karakteriseret som kontekstreguleret social orden. I det perspektiv kan vi forklare public relations fænomenet i stadier, hvor tidligere et 1. ordens behov suppleres med eller erstattes af et 2. ordens behov.

Således kan det afgørende paradigmeskifte for public relations fra modellerne presseagentur, information og 'asymmetrisk dialog' til 'symmetrisk dialog' måske forklares som et skifte fra 1. ordens til 2. ordens iagttagelse. Jeg kommer nærmere ind på det i del IV.

Et dynamisk perspektiv betyder også, med Rühls ord, at

Reflecting the history of Public Relations in relationship to emerging modern society, it seems to be more promising to widen our perspective, looking into buildings not being named 'Public Relations' yet.<sup>243</sup>

---

<sup>243</sup> Rühl, Bled 1994:9.





## IV PARADIGMER PÅ PRAKSIS

DET INTERSUBJEKTIVE OG DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME ER SOM FORSKELLIGE 'BRILLER', VI KAN IAGTTAGE OG FORTOLKE PUBLIC RELATIONS PRAKSIS OG DENS SELVFORSTÅELSE MED, HER UDTRYKT I BOGVÆRKET *EXCELLENCE IN PUBLIC RELATIONS* OG DEN ETISKE KODEKS *CODE OF ATHENS*.

*EXCELLENCE* ADVOKERER DET SYMMETRISKE DIALOG-IDEAL, MEN BESKRIVER SAMTIDIG PUBLIC RELATIONS PRAKSIS BASERET I STRATEGISKE OVERVEJELSER MED SYMBOLMEDIET PENGE SOM BÆRENDE RATIONALE. PÅ DEN BASIS MÅ MODERNE PUBLIC RELATIONS I ET INTERSUBJEKTIVT PARADIGME FORDØMMES SOM UETISK. SER VI I STEDET *EXCELLENCE* - OG MED DEN OGSÅ MODERNE PUBLIC RELATIONS PRAKSIS - MED SOCIALSYSTEMISKE BRILLER, GIVER BOGENS RATIONALE ANDERLEDES MENING. RETNINGSLINIERNE BLIVER FUNKTIONELLE, NÅR PUBLIC RELATIONS PRAKSIS SES SOM ET LED I SOCIALSYSTEMERS AUTOPOIESE - DET VIL I DENNE SAMMENHÆNG SIGE AT KOBLE AUTONOMI MED INTERAKTION.

*CODE OF ATHENS* PÅLÆGGER PUBLIC RELATIONS UDØVEREN ET PERSONLIGT ETISK ANSVAR. DET STEMME GODT OVERENS MED DE ETISKE IDEALER I DET INTERSUBJEKTIVE PARADIGME. SOM TIL GENGÆLD KRÆVER, AT UDØVEREN IKKE HANDLER STRATEGISK PÅ VEGNE AF ORGANISATIONEN. LÆSER VI *CODE OF ATHENS* MED SOCIALSYSTEMISKE BRILLER, GIVER KRAVENE INGEN UMIDDELBAR MENING. FOR HER ER UDØVEREN SOM PSYKISK SYSTEM OMVERDEN FOR DE SOCIALE SYSTEMERS KOMMUNIKATION - MEN NØDVENDIG SOM ANKNYTNINGSPUNKT FOR KOMMUNIKATIONEN. *CODE OF ATHENS* KAN DERIMOD I EN SYSTEMTEORETISK BEGREBSRAMME FORSTÅS ENTEN SOM ET REFLEKSIVT PROGRAM FOR UDØVELSEN OG/ELLER ET BILLEDE TIL BRUG FOR GENERERING AF OFFENTLIG TILLID I DE OFFENTLIGE KOMMUNIKATIONSPROCESSER. DET SAMME GÆLDER *EXCELLENCE*.

Habermas' og Luhmanns teorier bevæger sig om samme centrale tema, koordineringen mellem de forskellige rationaliteter i samfundet. Deres grundsyn og perspektiv er imidlertid så væsensforskelligt, at deres teorier divergerer på centrale områder for fortolkningen af public relations fænomenets rolle i den sociale orden. Derfor kan vi tale om forskellige public relations paradigmer: *Det intersubjektive public relations paradigme* udviklet over Habermas' teorier om borgerlig offentlighed og kommunikativ handlen og *det socialsystemiske public relations paradigme* udviklet over Luhmanns teori om autopoietiske socialsystemer.

Paradigmerne er ikke udtryk for public relations praksis, men reflektive værktøjer til iagttagelsen af praksis og dens selvforståelse.

Blandt utallige mulige eksempler har jeg valgt at lægger paradigmebrillerne over to udtryk for moderne public relations praksis og dens selvforståelse: Bogværket *Excellence of Public Relations* med det symmetriske dialog-ideal og den etiske kodeks *Code of Athens*. Jeg fokuserer på på nogle centrale punkter; funktionen, det grundlæggende rationale i udøvelsen og udøverens handlingsrum.

## 1. FUNKTIONEN OFFENTLIGHEDSARBEJDE

### 1.1 SELVSTÆNDIGHED OG REGULERING

I *Excellence* er public relations defineret vekslende som 'the management of independence' eller 'the management of interdependence'.

Organizations strive for autonomy from the publics in their external or internal environment that limit their ability to pursue their goals. Organizations also try to mobilize publics that support their goals and thus increase their autonomy. Having the autonomy to pursue their goals is important to organizations, because [...] effective organizations are able to choose appropriate goals for their environmental and cultural context and then achieve those goals.

Autonomy, however, is an idealized goal that no organization ever achieves completely. Thus, organizations work toward this idealized goal by managing their interdependence with publics that interact with the organization as it pursues its goals.<sup>244</sup>

Her kan vi i det habermaske paradigmes privat-offentlig komplementaritet sætte funktionen ind i det private erhvervslivs autonome ideal. Public relations synes i den forståelsesramme snarere et spørgsmål om at forsvare systemet mod livsverdenens genkoblingsangreb end omvendt.

En anden fortolkning er mulig med systemteoriens autopoiesis-tese. Autonomien er nødvendig for at sikre systemets kompleksitet og egendynamik. De paradoksale sammenhænge, Luhmanns autopoiesis-tese forklarer mellem autonomi og interaktion, selvstændighed og regulering, lukkethed og åbenhed synes at afspejle sig i *Excellence*. Set i denne sammenhæng er public relations et middel til at undgå indblanding og til at sikre uafhængighed. Åbenheden, den 'gensidige afhængighed af offentlighederne' er en nødvendig foranstaltning, som man må 'manage', mens man forfølger sine mål. Strukturelle koblinger med de offentlige kommunikationsprocesser sker alene for at øge systemets modstandsdygtighed, dvs. undgå extern regulering og sikre den nødvendige intersystemiske aktion. *Excellence* konkluderer:

Building relationships - managing interdependence - is the substance of public relations. Good relationships, in turn, make organizations more effective because they allow organizations more freedom - more autonomy - to achieve their missions than they would with bad relationships. By giving up autonomy by building relationships, ironically, organizations maximize that autonomy.<sup>245</sup>

Dette citat underbygger opfattelsen af begreberne selvstændighed og regulering ikke som modsætninger, men som to sider af samme sag. Set i et systemteoretisk perspektiv er det ikke 'ironisk', at man forøger sin selvstændighed ved at reflektere sin omverden. Tværtimod er det reglen for den såkaldt gensidige refleksion i det kontekstregulerede samfund. *Excellence* taler om, at public relations skal 'manage inde-

---

<sup>244</sup> *Excellence*:11. Mine understregninger.

<sup>245</sup> *Excellence*:69. Min understregning.

pendence' og andre steder 'manage interdependence', tilsyneladende i flæng og uden at gå dybere ind i betydningen af begreberne, som trods alt i gængs forstand er modsætninger. Jeg fortolker begreberne som parallelle til selvstændighed og regulering i den forstand, som det er opridset i del III. Begreberne er i den forstand ikke at forstå som modsætninger. 'Manage interdependence' er netop forudsætningen for at kunne 'manage independence'.

## 1.2 DET STYRENDE RATIONALE

I det intersubjektive paradigme har public relations praksis valget mellem to styrende rationaliteter: kommunikativ, etisk praksis for genkobling af systemet til livsverdenen, eller strategisk, uetisk praksis, som styrker systemets afkobling til livsverdenen. I et socialsystemisk paradigme derimod vil den funktionelle public relations udøvelse *altid* være grundlæggende motiveret i opdragssystemets logik.

I *Excellence* er penge det bærende symbolmedie for det rationale, der styrer public relations udøvelsen<sup>246</sup>. Et par eksempler på begrundelsen for public relations aktiviteter og for dialogen med omverdenen lyder:

Organizations do not want to be regulated by government or pressured by activist groups. Loss of autonomy costs money - to comply with regulations or to make changes to accommodate pressure groups. Having willing consumers and employees also increases an organization's autonomy, because fewer changes in behavior are necessary to sell them a product or to get them to work productively.<sup>247</sup>

When organizations manage these interdependencies poorly, the strategic public protest, boycott, go to court, or ask for government regulation to constrain the autonomy of the organization. All of these activities cost the organization money. If strategic communication is successful, it should help to save the organization money even though it often may not help it to make money.<sup>248</sup>

Også protester, modaktioner eller retslige foranstaltninger forankret i andre logikker oversættes her til penge. *Excellence* kan tolkes som et udtryk for det intersubjektive paradigmes uetiske udgave, hvor kommunikationen bæres af et systemisk medium i stedet for det intersubjektive sprog. Det hænger imidlertid dårligt sammen med *Excellence's* selvforståelse. *Excellence* forstår sig selv som advokat for symmetrisk kommunikation i public relations gennem en etisk dialogproces. Derfor giver det større forståelse at reflektere *Excellence* i en socialsystemisk referenceramme.

Og når *Excellence* skelner mellem marketing og public relations, så holder distinktionen ikke i en habermask fortolkningsramme, hvor forskellen mellem marketing og public relations er, om relationen er enten privat/økonomisk eller offentlig:

---

<sup>246</sup> *Excellence* bevæger sig inden for det økonomiske funktionssystem, erhvervslivet; udgiver er Association of American Business Communicators.

<sup>247</sup> *Excellence*:68. Min understregning.

<sup>248</sup> *Excellence*:27. Min understregning.

(...) we argue that the marketing function should communicate with the markets for an organization's goods and services. Public relations should be concerned with all of the publics of the organization. The major purpose of marketing is to make money for an organization by increasing the slope of the demand curve. The major purpose of public relations is to save money for the organization by building relationships with publics that constrain or enhance the ability of the organization to meet its mission.<sup>249</sup>

I begge tilfælde er relationen ifølge *Excellence* grundlæggende båret af pengemediet. Vi befinder os i en økonomisk systemlogik, også når vi taler public relations.

### 1.3 EN STRATEGISK OMVERDEN

I et intersubjektivt paradigme er det relationen til offentligheden, der konstituerer public relations praksis. Man handler ud fra forestillingen om en fælles offentlighed. Public relations funktionens fornemste opgave er at legitimere sin opdragsgiver i offentligheden via genkobling til livsverdenens fornuft. Der må i idealet ikke ligge strategiske overvejelser til grund for relationerne til offentligheden.

I *Excellence* derimod står de strategiske overvejelser i centrum for de omverdensrelationer, public relations skal varetage. Således anlægger den *excellente*<sup>250</sup> public relations praksis ifølge *Excellence* et strategisk perspektiv på valg af kommunikationspartner i organisationens omverden. Public relations praksis er *the management of communication between an organization and its publics*<sup>251</sup> eller *managed communications*:

Public relations and communication management describe the overall planning, execution, and evaluation of an organization's communication with both external and internal publics - groups that affect the ability of an organization to meet its goals.<sup>252</sup>

Altså styret kommunikation med deloffentligheder, som betyder noget for organisationens evne til at nå *sine egne* mål. Den omverden, som konstituerer public relations, er ikke samfundet som sådan i en dialog om almenvællet, men udvalgte grupper, som skal domineres eller kontrolleres med det formål at beskytte organisationen og fremme dens mål.

[Organizations] typically expect public relations to secure autonomy by [...] controlling or dominating outside groups.<sup>253</sup>

---

<sup>249</sup> *Excellence*:20. Mine understregninger.

<sup>250</sup> Begrebet *excellent* kvalificerer i *Excellence* en public relations afdeling, der hjælper sin organisation med at nå dens mål.

<sup>251</sup> *Excellence*:4.

<sup>252</sup> *Excellence*:5. Min understregning.

<sup>253</sup> *Excellence*:68. Mine understregninger.

Grupperne er strategisk valgte og benævnes ligefrem *strategic constituencies*:

Strategic constituencies represent the groups that are deemed to be most critical to the organization, in terms of their potential for support or for adversarial action. They may also be called stakeholders or simply publics. [...] Whatever their designation, these organized bodies with consequences on the organization (or vice versa) represent the raison d'être for public relations.<sup>254</sup>

Man kan her jævnføre med systemteorien, der siger, at systemer udvælger sig dele af deres omverden for interaktion, og kun dele af den, for at reducere omverdenens kompleksitet og gøre den håndterbar. Ronneberger & Rühl skriver om public relations' ydelse i processen:

Die unbestimmbare Welt wird als 'außen' durch die Bildung des Systems Public Relations zur abgegrenzten Umwelt, um durch die PR-Funktion in eine bestimmbare Welt der Public Relations transformiert zu werden. Durch die Funktion wird die abgegrenzte, mit dem System wechselseitig in Beziehung stehende Umwelt systemrelativ definiert, und umgekehrt.<sup>255</sup>

Public relations bidrager altså med den særlige kompleksitet, der kan modsvare en tilsvarende kompleksitet i omverdenen. Med public relations strukturer kan denne omverdenskompleksitet tematiseres i den systeminterne kommunikation, og social-systemet styrkes i forhold til sin omverden.

I følgende citater fra Excellence kan man tilsvarende sidestille formuleringen *reduce uncertainty* med systemteoriens *aflaste kompleksitet*.

If public relations can identify the strategic publics in the environment and manage the organization's response to these interdependencies [...] public relations can help the organization reduce uncertainty and reduce conflict by stabilizing relationships with key publics on which the organization depends.<sup>256</sup>

The more an organization needs a resource controlled by an outside group, the more control that group has on the goals and mission of the organization. Organizations dislike external control, however, and try to reduce the uncertainty in their environment.<sup>257</sup>

Tilsvarende kan man inddrage det systemteoretiske begreb 'offentlig tillid', som det tidligere er indkredset i specialet, hvis funktion det netop er af reducere usikkerheden og muliggøre interaktion under høj kompleksitet.

---

<sup>254</sup> Excellence:76.

<sup>255</sup> Ronneberger & Rühl:107.

<sup>256</sup> Excellence:xx. Mine understregninger.

<sup>257</sup> Excellence:80. Min understregning.

Der er hos *Excellence* på intet tidspunkt tale om at afstemme normer efter en fælles tydningshorisont i en kommunikativt handlende hensigt. Public relations

[...] concentrates on the segments within the environment that most threaten the organization rather than on the total environment.<sup>258</sup>

*Excellence* taler om strategisk valgte deloffentligheder (strategic constituencies, publics); det peger mod et socialsystemisk paradigme.

### 1.3.1 RISIKOKOMMUNIKATION

Indkredser vi nærmere arten af relationen mellem organisationen og disse publics, peger *Excellence* på offentligheder, som er ofre for organisationens adfærd:

Customer markets, in contrast to publics, usually do not have to buy the products of a given organization. Publics, in contrast, often cannot avoid the consequences of an organization's behavior: consequences such as pollution, discrimination, or chemical waste<sup>259</sup>.

Marketingafdelingens område er *customer markets*, som selv kan afgøre, om de vil påvirkes af organisationens adfærd eller ej. Public relations henvender sig til *publics*. Man er *customer market* og i marketingafdelingens målgruppe, når man overvejer, om man vil købe et produkt eller ej - man bliver *public* og en deloffentlighed for public relations, hvis man bliver forgiftet af udslip fra produktionen, eller produktionen medvirker til at ødelægge regnskoven osv. Her forklares det tilsvarende i det habermaske paradigme med begreberne privat og offentlig.

Hos Luhmann kan vi trække en parallel til teorien om *risikokommunikation*, som giver en forklaringsramme på positioner, der ytrer sig kritisk over for 'systemet'; græsrodsbevægelser, aktivistgrupper, pressionsgrupper og andre deloffentligheder, der er blevet mere synlige gennem de senere årtier, og som fremkomsten og tilvæksten af public relations praksis i den praksis-orienterede public relations litteratur ofte er blevet begrundet med.

Risikokommunikation beskæftiger sig med muligheden for ulykker i fremtiden og er et væsentligt fænomen i moderne samfund. Nogle afgørende årsager er, 1) at hvor tidligere Gud blev tillagt skylden for ulykker og katastrofer, tillægges skylden nu menneskelige fejl; 2) den høje grad af iagttagelse i det moderne samfund; 3) systemernes øgede afhængighed af deres egen logik<sup>260</sup>.

---

<sup>258</sup> *Excellence*:76.

<sup>259</sup> *Excellence*:20. Min understregning.

<sup>260</sup> "Die hohe Organisationsabhängigkeit der Funktionssysteme führt zu einer Abhängigkeit von der 'bürokratischen' Logik der Selbstreproduktion von Organisationen, die die Offenheit und Flexibilität der Funktionssysteme erheblich einschränkt und ein ständiges Nichtausnutzen von Chancen erzeugt. Entsprechend wächst die Diskrepanz zwischen Erwartungen und Wirklichkeiten, zwischen dem, was man als möglich sieht, und dem, was dann faktisch geschieht." Luhmann, Soziologische Aufklärung, 5. bind, Opladen 1970/1990, 4:36 i Kneer & Nassehi:191-192.



Det er Luhmanns pointe, at man ved at skifte iagttagerperspektiv fra koden risiko/sikkerhed til risiko/fare bedre kan afdække de forskellige positioner. Det giver en større mulighed for at iagttage, **hvordan** skader og forventninger om skader bliver betragtet **af hvem**. Når man taler om *risiko*, så er det i forbindelse med en beslutning, man kan træffe. Når man taler om *fare*, så er det i forbindelse med skete eller truende skader, man giver omverdenen ansvaret for. Risiko er altså, hvad beslutningstageren står overfor; fare er, hvad ofrene står over for. Gennem koden risiko/fare kommer risiko-adfærdens sociale aspekt i centrum.

I det moderne samfund er det næppe muligt ikke at blive iagttaget. Derfor udsætter beslutninger sig hele tiden for at blive iagttaget som risici hhv. farer. Det er her, vi ser protestbevægelser og aktivistgrupper. Disse fænomener ser Luhmann som katalysatorer for samfundssystemets selvbeskrivelse. Man kan altså med Luhmann se sociale bevægelser som de iagttagere af samfundet, der fra offerperspektivet bruger koden fare og dermed synliggør problemet med beslutningers tilregnelighed.

Tilsvarende skriver *Excellence*:

Publics [...] create themselves when people organize to deal with an organization's consequences on them.<sup>261</sup>

Disse publics bliver via public relations til "strategic constituences", som

represents the groups that are deemed to be most critical to the organization.<sup>262</sup>

Styrende for public relations aktiviteten er altså opdragssystemets behov for autonomi til at træffe beslutninger ud fra risiko-perspektivet alene. For at sikre denne autonomi er det nødvendigt at medreflektere offer-referencen.

### 1.3.2 STRUKTUREL IRRITATION

Når offer-perspektivet overhovedet medreflekteres i opdragssystemet, skyldes det hensynet til systemets frihed til fortsat at kunne træffe selvstændige beslutninger. Medrefleksion af offer-referencen vil derfor være styret af, om den iagttages at have betydning for opdragssystemet. Hvad der overhovedet er relevant i omverdenen afgøres i det socialsystemiske paradigme af systemets egen logik:

Die Selbstreferentialität jeder Beobachtung impliziert, daß Beobachtungen im Selbstkontakt des beobachtende Systems ihre Basis haben und durch 'passende' Ereignisse in der Außenwelt nur moduliert werden. Selbst noch die Relevanz von Außenwelt ereignissen wird durch die informationsleitenden Kategorien (binäre Schematisierungen, Leitdifferenzen) des Beobachters bestimmt.<sup>263</sup>

---

<sup>261</sup> *Excellence*:14.

<sup>262</sup> *Excellence*:76.

<sup>263</sup> Willke:184. Min understregning.

Relevansen hænger snævert sammen med begrebet strukturel irritation:

Irritation er, ligesom overraskelse, forstyrrelse, skuffelse osv, altid en systemegen tilstand, som der ikke gives noget tilsvarende til i systemets omverden. Omverdenen må, sagt på en anden måde, ikke selv være irriteret, for at tjene til kilde for irritation i systemet. Kun under betingelsen strukturelle forventninger opstår irritationer; og de er kun irritationer i det omfang, som de danner problemer for systemets autopoietiske fortsættelse.<sup>264</sup>

Afgørende for, hvorvidt omverdensbegivenheder foranlediger kommunikation i systemet, er altså, om det iagttages at have betydning for systemets fortsættelse. Dette perspektiv selekterer de omverdenssystemer, som enten kan true systemets autonomi eller omvendt gavne dens effektivitet. Tilsvarende skriver Excellence, at

Public relations communicates with the publics that are most likely to constrain or enhance the effectiveness of the organization.<sup>265</sup>

#### 1.4 AFRUNDING

Perspektivet på omverdenen og forståelsen af offentligheden i moderne public relations praksis - som udtrykt i *Excellence* - synes mest dækkende at kunne indfanges i en systemteoretisk referenceramme. Hvor vi hos Habermas møder en modsætning mellem begreberne autonomi og regulering, mellem sær- og fællesinteressen, mellem privat og offentlig, som der ikke synes dækning for i public relations ifølge *Excellence*, så er begreberne anderledes sammenvævede i systemteoriens autopoiesistese. Med den som styrende for fortolkningen af public relations bliver erklæringer som nedenstående dækkende og entydige:

Public relations departments help the organization to manage their independence by building stable, open, and trusting relationships with strategic constituencies.<sup>266</sup>

Når de *offentlige relationer* skal varetages, så er det styrende rationale, at det er for at sikre organisationens selvstændighed, og valget af dialogpartner og dialogens form er strategisk styret, for

Et autonomt system er [...] et system, som på grundlag af autopoietisk selvstyring opretholder specifikke omverdensrelationer, der er angivet af systemets ledediference og operationsmodus.<sup>267</sup>

---

<sup>264</sup> Luhmann, *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt/M., 1990:40 i Kneer & Nassehi:71.

<sup>265</sup> *Excellence*:13.

<sup>266</sup> *Excellence*:11. Jeg er opmærksom på, at citatet også kan tolkes som en kamp mellem rationaliteter i habermask forstand: Der skal altså opbygges stabile, åbne og tillidsfulde forhold i en forståelsesorienteret handlingsrationalitet. Men kommunikationspartneren er strategisk valgt, og den målrationelle hensigt er at sikre organisationens uafhængighed. I så fald skulle Excellence altså anbefale grov manipulation og en komplet mangel på etik. Excellence's hovedbudskab er imidlertid det modsatte. Derfor synes en systemteoretisk udlægning mere dækkende, som jeg også påpeger det flere steder i specialet.

<sup>267</sup> Willke:72.

Derfor henvender public relations sig ikke til offentligheden som forum for samfundets fælles fornuft i en habermask forstand, men udvælger de dele af sin omverden som publics, der har betydning for opdragsorganisationens trivsel.

Man kan vanskeligt tale om det intersubjektive public relations paradigmes livsverden <-> livsverden relation i offentligheden, når baggrunden for kommunikationen er at sikre organisationens overlevelse, og når samtalepartneren udvælges strategisk. I et intersubjektivt paradigme vil public relations praksis, som *Excellence* advokerer det, betegnes som diskurs-uetisk - selv om *Excellence* explicit referer til Habermas' diskursetik i sine idealer. Snarere kan man tyde *Excellence's* beskrivelse af begreberne publics og offentlige relationer som et led i en indsats for at gøre omverdenen *håndterbar* i et socialsystemisk public relations paradigme.

## 2. UDØVERENS ETISKE ANSVAR

Begrebet etik spiller en central rolle i public relations fagets ideale selvforståelse. De forskellige nationale og internationale public relations foreninger har alle deres etiske kodeks. Det begrundes oftest med, at

de metoder, som sætter public relations udøvere i stand til at komme i kontakt med millioner af mennesker samtidig, giver public relations udøvere en magt, som må styres af en streng etisk kodeks.<sup>268</sup>

Det er et gennemgående træk i disse kodekser, at de lægger retningslinier for public relations udøverens individuelle adfærd i sit virke. Således skal udøveren ifølge det bedst kendte og mest udbredte, *Code of Athens*<sup>269</sup>, bestræbe sig på

under udførelsen af sit arbejde at overholde de moralske principper og regler nedfældet i Menneskerettighedserklæringen; (§4)  
at tage behørigt hensyn til og støtte den menneskelige værdighed samt anerkende den enkeltes ret til selv at dømme; (§5)  
at afholde sig fra at tage del i noget, som er uetisk eller uærligt, eller som er i stand til at svække menneskelig værdighed eller integritet; (§13)

Spørgsmålet er imidlertid, hvilke muligheder public relations udøveren har for at handle, som disse kodekser foreskriver. Svaret er ganske forskelligt i de to paradigmer, og i *Excellence* synes det, som om man opfordrer til et, men erkender noget andet.

### 2.1 AT VÆRE MENNESKE ELLER PERSON

Hos Habermas har mennesket i sig selv stoffet til al fornuft, og gennem samtale med andre mennesker fremkommer den fornuft, som vi i fællesskab som samfund handler efter. Vi handler ud fra en bevidsthed om, at vi selv er med til at bestemme ved at blande os i debatten, være med til at skabe fornuften i samfundet, ved at lade vor stemme høre, ved at symbolisere den ved 'at stemme'. Det er demokratiets grundforestilling, og det er også den forestilling, der ligger til grund for public relations praksis' idealer, hvor det er op til den enkelte public relations udøver at praktisere sit fag ud fra demokratiske principper, sådan som de er nedfældet bl.a. i *Code of Athens*, hvor public relations udøveren

skal bestræbe sig på at medvirke til at etablere kommunikationsmønstre og -kanaler, som ved at fremme vigtige informations frie strøm får den enkelte borger til at føle, at han holdes informeret om det samfund, han lever i, og samtidig gør ham bevidst om sit eget personlige engagement og ansvar, og sin solidaritet med andre borgere; (§2)

---

<sup>268</sup> *Code of Athens*, 1965.

<sup>269</sup> Gengivet i bilag.

Men virkeligheden ifølge systemteorien er en anden. Begrebet menneske, subjekt, individ har ingen plads i Luhmanns teori. Han har derimod begreberne **person**, som er adressat for sociale systemer, dvs. en system- og situationsspecifik adressat for social kommunikation; og **inklusion**, som er personers medvirken ved bestemte kommunikationer<sup>270 271</sup>.

Luhmanns personbegreb er beslægtet med det sociologiske rollebegreb, men adskiller sig ved, at rolle betyder en almen adfærdsforventning, løsrevet fra rollebæreren, mens person henviser til den adfærdstilregning hhv. -forventning, man har til et konkret menneske. Personer er strukturer for sociale systemers autopoiesis, men ikke psykiske systemer eller hele mennesker<sup>272</sup>. Et menneske kan altså optræde som mange personer. Kommunikationen afgør gennem sin struktur, hvilket aspekt af et menneske, der adresseres. I faglige sammenhænge *inkluderer* kommunikationen således public relations udøveren netop som udøver - og ikke som fx kvinde, som mor, som lønmodtager, som katolik, som medlem af et politisk parti eller af en miljøorganisation osv. Set i det systemteoretiske perspektiv synes *Code of Athens* derfor at stille irrelevante krav til public relations udøveren som individ.

## 2.2 MENNESKET SOM OMVERDEN FOR SYSTEMERNE

Organisationer er sociale systemer. Medarbejderne er psykiske systemer. Sociale systemer kan ikke eksistere uden psykiske systemer<sup>273</sup>. Socialsystemer kan ikke kommunikere med omverdenen, men benytter sig her af en strukturel kobling via mennesker som systemets *sensorer*.<sup>274</sup> Strukturel kobling baserer sig på muligheden for interpenetration mellem systemer<sup>275</sup>. Interpenetration betyder, at systemer gensi-

---

<sup>270</sup> Inklusionsbetingelser hænger umiddelbart sammen med de samfundsmæssige differentieringsformer. I tidligere differentieringsformer gjaldt inklusionen hele individet. I det funktionelt differentierede samfund kan personer samtidig være tilknyttet forskellige delsystemer. Det moderne samfund kan ikke bestemme menneskets jeg-identitet udefra - mens identiteten var givet på forhånd i de tidligere samfund. I dag udsætter mennesket sig for 2. ordens iagttagelse.

<sup>271</sup> Hertil kommer begrebet **individ** som dels er 'psykiske systemers individualitet', der fremkommer af psykiske systemers udelelighed, dels individualitet som et særligt moderne mønster for individuel selvbeskrivelse.

<sup>272</sup> "Personen müssen daher von den Einheiten unterschieden werden, die im Vollzug der Autopoiesis des Lebens oder der Gedanken eines Menschen erzeugt werden." Luhmann, *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt/M., 1990:33 i Kneer & Nassehi:156.

<sup>273</sup> Men for systemteorien er der ingen hierarki systemtyperne imellem. Psykiske systemer ('mennesker') har ikke en højere status end socialsystemer ('organisationer').

<sup>274</sup> Luhmann skriver, at "De rekursive kommunikative forholds lukkedehed har [...] ikke den funktion at befri sig fra omverdenen. De er og bliver anvist på sensorer, som formidler omverdenen til dem. Disse sensorer er mennesker forstået som disses interpenetration: Som psykiske og kropslige systemer. Netop autopoietiske, lukket-selvreferentielle systemer er for så vidt henvist til interpenetration. [...] Gennem interpenetration er det muligt at holde den operative processerens funktionsområder adskilt fra informationer og på trods heraf at forbinde dem, altså at realisere systemer, som i relation til deres omverden samtidig er lukkede og åbne." *Sociale Systemer*:370.

<sup>275</sup> Interpenetration betyder ifølge Luhmann i *Sociale Systemer*:189 "en intersystemrelation mellem systemer, som gensidigt hører til hinandens omverdener. [...] Vi vil tale om penetration, når et system stiller sin egen kompleksitet [...] til rådighed for opbygningen af et andet system. I nøjagtig denne forstand forudsætter sociale systemer 'liv'. Interpenetration foreligger tilsvarende, når dette sagsforhold er givet gensidigt, når altså begge systemer muliggør sig, ved at de bringer deres forudkonstituerede egenkomplek-

dig stiller deres kompleksitet til rådighed for hinandens autonome systemopbygning, som fx psykiske og kropslige systemer som nødvendige personer for et socialsystems kommunikation. Men sociale systemer *består ikke af mennesker*. Psykiske systemer konstitueres af *bevidsthed*. De kan ikke være elementer i det sociale, menings-konstituerede system. Psykiske systemer vil altid være omverden for systemet. Det gælder også medarbejdere i en organisation, forstået som et eller flere socialsystemer.

En organisation består altså ikke af mennesker/medarbejdere, og dens adfærd kan ikke længere føres tilbage til summen af individuel handlen. Det er et eller flere socialsystemer, hvis handlinger er kollektive, dvs. systemisk koordinerede med det mål at gøre systemet som helhed gældende over for sin omverden på en bestemt måde:

Trods naive forestillinger om kommunikation og handlen så kommer det for indholdet af den systemiske interaktion ikke an på de deltagende individers intentioner eller interesser, men på lovmæssighederne i de implicerede socialsystemers operationsprocesser.<sup>276</sup>

Om fravær af subjektiviteten i sociale systemer siger Luhmann tilsvarende:

Ved hjælp af en begrebslighed fra teorien om selvreferentielle systemer, nemlig ved hjælp af forestillingen om, at systemer kan udfærdige og iagttage en beskrivelse af sig selv med egne operationer, lader sammenhængen mellem kommunikation, handling og refleksion sig løsne fra subjektteorien (teorien om bevidsthedens subjekt). Naturligvis påstår vi ikke, at der kunne eksistere sociale systemer, uden at der forelå bevidsthed. Men subjektiviteten, bevidsthedens tilstedeværelse, den tilgrundliggende bevidsthed bliver opfattet som omverden for sociale systemer og ikke som disses selvreference.<sup>277</sup>

Mennesker er derimod som medarbejdere bundet til organisationssystemet af et såkaldt *medlemskab*. Et sådant medlemskab drejer sig om et kompleks af forventninger, som gælder for alle, så længe de er medlemmer af organisationssystemet. Medlemskabet begrundes i den beslutningsakt, det er at træde ind i organisationssystemet, og den bliver opløst med udtræden. Sammen med medlemskabet kan man også overtage andre af organisationssystemets sociale strukturer; værdier, normer, positioner. Altså:

Hvem der end vil optræde som talsmand og repræsentant for systemet, må gøre dette i systemet, fordi han ellers ikke kan tilslutte sig systemkommunikationen og dens selvreferentielle cirkulation.<sup>278</sup>

---

sitet ind i det respektive andet." Günther Teubner fortolker således (jfr. Åkerstrøm Andersen:125) Luhmanns interpenetrationsbegreb til alene at omhandle strukturel kobling mellem radikalt forskellige typer systemer.

<sup>276</sup> Willke:193.

<sup>277</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:145. Min understregning.

<sup>278</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:418.

Mennesket har status af person, der følger den mening, som styrer kommunikationsprocesserne i de forskellige sociale systemer, som personen er medlem af. Som psykisk system er public relations udøveren altså ikke del af public relations socialsystemet, subsidiært dets opdragssystem, men omverden til det. Public relations udøveren er medlem af public relations systemet, subsidiært opdragssystemet og medvirker som person ved den socialsystemiske kommunikation. Det er ikke den menneskelige bevidsthed, men socialsystemerne, der koordinerer sociale handlinger; public relations udøverens handlinger relaterer sig ikke til personen som individ, men som repræsentant for systemet.

### 2.3 AFRUNDING

I en habermask teoriramme har public relations udøveren muligheden for bevidst og reflekteret at vælge sin måde at praktisere på. Derfor kan udøveren i et habermask public relations paradigme pålægges et etisk ansvar for sin gerning. Vi genfinder denne subjektorienterede opfattelse i *Code of Athens*.

Det er idealer, der ikke kan iagttages i en systemteoretisk teoriramme. Her reduceres udøverens rolle afgørende. Public relations udøvelsen er underlagt socialsystemernes anonyme logik. Public relations udøveren er i sin gerning via sit medlemskab i public relations systemet, subsidiært opdragssystemet underlagt dets mening og mål om overlevelse. Når public relations udøveren bliver medlem af public relations systemet/opdragssystemet, er det som en sensor i dets autopoiese. Den mening, udøveren skal handle ud fra, er fastlagt og angiver den ramme, udøveren kan handle ud fra. *Excellence* bemærker, at

Many, if not most, practitioners consider themselves to be advocates for or defenders of their organization and cite the advocacy system in law as an analogy.<sup>279</sup>

Det er en holdning, forfatterne advarer imod, men de indikerer samtidig i forskellige formuleringer, at public relations udøveren kun har mulighed for at virke ud fra opdragssystemets perspektiv:

The worldview of a public relations department also relates closely to the worldview of the organization that sponsors it, a relationship that explains the underlying conditions necessary for excellent public relations.<sup>280</sup>

Tilsvarende peger Ronneberger & Rühl på, at synet på public relations skal overvinde to hindringer: Det ene er, at public relations hidtil har været individcentreret, for på den måde forbliver public relations' organisatoriske handling i vid udstrækning dunkel. Det andet er, at normative forestillinger om den ideale public relations udøver overser arbejdsdelingen i organisationer og fører public relations beslutningerne tilbage på per-

---

<sup>279</sup> *Excellence*:310.

<sup>280</sup> *Excellence*:40.

sonlighedsstrukturer og moralske kvaliteter, mens organisationsspecifikke beslutningsstrukturer lades ude af betragtning.<sup>281</sup>

---

<sup>281</sup> Jfr. Ronneberger & Rühl:184-185.



### **3. SYMMETRISK KOMMUNIKATION**

Det er det dominerende budskab i *Excellence*, at excellent public relations bruger symmetrisk kommunikation.

Den symmetriske model introducerede Grunig i 1984<sup>282</sup> som den seneste model i udviklingen af public relations praksis. Modellerne er fortolket ud fra amerikanske forhold, og betegner ifølge Grunig en evolution. Vi har *presseagentur*-modellen fra årtierne før og omkring år 1900; *informations*-modellen fra årtierne umiddelbart efter år 1900; så udvikles den *to-vejs asymmetriske dialog-model*, som indebærer manipulation; og endelig skulle den *symmetriske dialog-model* følge og få stigende udbredelse her i slutningen af 1900-tallet og efterfølgende.

Grunig beskriver mere end reflekterer udviklingen af praksis. Men det er interessant at sammenholde hans symmetriske dialog-model med den systemteoretiske skoles tese om den øgede nødvendighed af refleksion som social handlingsmaksime.

Begrebet symmetrisk kommunikation behandles i almene vendinger:

The two-way symmetrical model avoids the problem of ethical relativism because it defines ethics as a process of public relations rather than an outcome. Symmetrical public relations provides a forum for dialogue, discussion, and discourse on issues for which people with different values generally come to different conclusions. As long as the dialogue is structured according to ethical rules, the outcome should be ethical - although not usually one that fits the value system of any competing party perfectly.<sup>283</sup>

Explicite retningslinier for, hvad disse etiske regler indebærer, uddybes ikke nærmere. *Excellence* refererer dog direkte til Habermas:

Pearson [...] produced the best developed ethical rationale for the symmetrical model, based primarily on Habermas's [...] concept of the ideal communications system<sup>284</sup>.

Tilsvarende henviste redaktøren af værket, James Grunig, til Habermas direkte adspurgt ved et foredrag i Dansk Public Relations Forening i februar 1993. De etiske regler for dialogen, som er forudsætningen for symmetrisk kommunikation i *Excellence*, må derfor være baseret i Habermas' diskursetiske gyldighedskrav til sprog handlinger. Her er det fundamentale krav symmetri i kommunikationsparternes styrende hensigt bag kommunikationen. Hos begge skal hensigten være forankret i et oprigtigt ønske om fælles forståelse i almeninteressens vel. Så er grunden lagt for

---

<sup>282</sup> I *Managing Public Relations* med Todd Hunt.

<sup>283</sup> *Excellence*:308. Min understregning.

<sup>284</sup> Samme.

den ideale symmetriske kommunikation. Ellers ikke. Og er hensigten forankret i systemet, foreligger der slet ikke mulighed for denne idealkommunikation<sup>285</sup>.

I sine etiske krav lægger *Code of Athens* tilsvarende retningslinier for public relations udøvelsen, der kan sidestilles med Habermas' gyldighedsregler for symmetriske sprog handlinger. Public relations udøveren skal ifølge kodeksen

bestræbe sig på at befordre de moralske, psykologiske og intellektuelle betingelser for en dialog i dette ords sande betydning, og de implicerede parterers ret til at fremføre deres sag og udtrykke deres synspunkter (§6);

sørge for at udføre sit hverv med integritet, og altid undgå sprogbrug, der kan føre til tvetydighed eller misforståelser, og at udvise loyalitet og integritet under alle forhold for at opretholde den tillid, som vises ham fra hans - tidligere såvel som nuværende - klienter eller arbejdsgivere og fra den offentlighed, som påvirkes af hans handlinger (§9).

afholde sig fra at underordne sandheden andre krav (§10); at videregive oplysninger, som ikke har grund i fastslåede og konstaterede fakta (§11); at bruge nogen 'manipulerende' metode eller teknik, som har til hensigt at skabe en ubevidst motivation, som den enkelte ikke kan kontrollere med sin egen fri vilje og derfor ikke kan anses som værende ansvarlig for de handlinger, der sker som følge heraf (§13).

Det ideale symmetriske kommunikationsbegreb synes altså både i *Excellence* og *Code of Athens* umiddelbart at høre hjemme i det intersubjektive public relations paradigme.

### 3.1 STRATEGISK SYMMETRI

Går man *Excellence* nærmere på klingen, viser der sig imidlertid en grundlæggende uoverensstemmelse med Habermas. Den symmetriske kommunikation er funderet i særinteressens strategiske overvejelser, som jeg vil illustrere med citater i dette afsnit. Når *Excellence* anbefaler symmetrisk kommunikation med paralleller til Habermas, så er det gennemgående argument, at *det kan betale sig* - for det er den mest effektive måde at sikre organisationen opbakning i relevante omverdenssystemer. Således leder *Excellence* os selv et skridt på vejen i omfortolkningen af begrebet symmetrisk kommunikation til et socialsystemisk public relations paradigme.

Baggrunden for valget af symmetrisk kommunikation er angiveligt etik, men læg mærke til - bl.a. i nedenstående citat, som blot er et eksempel blandt mange - at grunden til ønsket om at fremstå etisk er, at det er mest effektivt, når organisationen skal nå sine mål:

Essentially, this research shows that the two-way symmetrical model is the most ethical approach to public relations and that ethical public relations also is the model most effective in meeting organizational goals.<sup>286</sup>

<sup>285</sup> Jfr. dette speciale II 2.5.

Og tilsvarende:

If an organization is credible, then it will be more persuasive when it communicates.<sup>287</sup>

Man kunne mene, at brugen af den symmetriske model i det habermaske ideal er udtryk for og forudsætter en særlig symmetrisk grundholdning til omgivelserne. Har man den, så ønsker man ikke at veksle med asymmetrisk kommunikation. Men ifølge *Excellence* veksler *excellente*<sup>288</sup> public relations afdelinger i brugen af asymmetrisk og symmetrisk kommunikation:

[...] excellent departments generally practice a mixture of the two-way symmetrical and the two-way asymmetrical models - a *mixed-motive* model - although their practice is more symmetrical than asymmetrical.<sup>289</sup>

Man mixer brugen afhængig af anledningen og hvad der virker bedst:

[...] organizations change models of public relations as situations and issues change or they use different models for different programs.<sup>290</sup>

Denne *mixed-motive model* giver bl.a. Faulstich ret, når han hævder, at public relations praksis foregiver at ville være med på dialog og konsensus - men kun så langt, det gavner organisationen<sup>291</sup>.

Organisationer føler sig altså *tvunget* til at samtale med omgivelserne, men gør det modvilligt, og her anbefales symmetrisk kommunikation i public relations indsatsen. En mulig tyding er, at organisationer med en klar asymmetrisk intention vælger at benytte symmetrisk kommunikation af strategiske årsager. Når symmetrisk kommunikation, som i en habermask forstand er udtryk for kommunikativ forståelsesrationalitet, således anvendes i strategisk øjemed, er der i det habermaske ideal ikke tale om symmetrisk kommunikation, men om manipulation.

---

<sup>286</sup> *Excellence*:308. Min understregning.

<sup>287</sup> *Excellence*:7.

<sup>288</sup> Hvor *excellent* public relations er lig med kommunikationsledelse, der hjælper en organisation til at gennemføre sine mål.

<sup>289</sup> *Excellence*:19.

<sup>290</sup> *Excellence*:297.

<sup>291</sup> Faulstich:125.

### 3.2 KONSENS ELLER DISSENS

Hvor konsens er målet for symmetrisk kommunikation i et habermask paradigme, så er det snarere dissensen, der er fremherskende i den systemteoretiske interaktion.

Willke mener, at over for Habermas' betoning af konsensen står virkeligheden (ifølge Willke), hvor betydningsfuld 'kommunikation' i samfundet som fx forhandlinger om overenskomster, politiske uoverensstemmelser, videnskabelige debatter osv ikke alene synes at være dissens-orienteret, men netop henter sin dynamik og sin motivation i en grundlæggende dissens. Ganske vist finder alle disse dissens-styrede 'kommunikationer' sted inden for en institutionaliseret konsensus om rammebetingelserne for mulig dissens; og der vil i alle disse 'kommunikationer' gives områder med indforståelse i form af fælles overbeviste.

Doch Kommunikation deshalb auf Konsens festzulegen, ist wohl nicht haltbar.<sup>292</sup>

Ser vi på baggrunden for den dialog med opdragsorganisationens 'publics', der ifølge *Excellence* er public relations' 'raison d'être', så er baggrunden også her en grundlæggende dissens:

Publics [...] often cannot avoid the consequences of an organization's behavior: consequences such as pollution, discrimination, or chemical waste.<sup>293</sup>

The major purpose of public relations is to save money for the organization by building relationships with publics that constrain or enhance the ability of the organization to meet its mission.<sup>294</sup>

Strategic constituencies represent the groups that are deemed to be most critical to the organization, in terms of their potential for support or for adversarial action.<sup>295</sup>

Når motivationen for dialog ligger i en grundlæggende interessekonflikt, så forekommer en systemteoretisk udlægning mere rimelig end en habermask. Målet med symmetrisk kommunikation er hos Habermas en grundlæggende fælles forståelse. Det synes et urealistisk mål, når man tyder *Excellence*, hvor et eksempel kan være en stor kemivirksomhed og en miljøorganisation. Her kan ambitionen snarere være systemteoriens "enighed om dissens"<sup>296</sup>.

### 3.3 SYMMETRISK KOMMUNIKATION I ET SYSTEMTEORETISK PERSPEKTIV

---

<sup>292</sup> Willke:187.

<sup>293</sup> *Excellence*:20.

<sup>294</sup> *Excellence*:20. Mine understregninger.

<sup>295</sup> *Excellence*:76.

<sup>296</sup> Willke:74.

- GENSIDIG REFLEKSION

Selv om det altså ikke er symmetrisk kommunikation i en habermask teoriramme, vi kan iagttage i public relations praksis ifølge *Excellence*, så mener jeg ikke, vi nødvendigvis skal afvise begrebet, men forsøge at omfortolke det i en systemteoretisk teori-ramme. Når Grunig & Hunt<sup>297</sup> taler om symmetrisk kommunikation som et fænomen, der dukkede op inden for public relations omkring 1980, så kunne man måske samtænke begrebet med de tendenser mod gensidig refleksion som et gennemgående socialt handlingsmønster, vi møder i systemteoriens kontekstregulerede sociale orden. Refleksionsbegrebet, som jeg indkredsede det i forrige del, synes i al fald at afspejle sig i *Excellence's* opfattelse af symmetrisk kommunikation. I det systemteoretiske paradigme kan begrebet symmetri således være forankret i, at refleksionen skal være gensidig - og strategisk motiveret. Det er den logik, der er den gennemgående i *Excellence*.

Det stemmer overens med *Excellence's* syn på symmetrisk kommunikation:

In the long run, the symmetrical view is more effective: Organizations get more of what they want when they give up some of what they want.<sup>298</sup>

Når refleksion skal være gensidig, så skyldes det, at et system skal have nytte af sin refleksion for at være motiveret til den. Det kræver tilsvarende refleksion i systemets omverdenssystemer. Socialsystemers evne til at tematisere sig selv som mulig omverden for andre systemer og udlede reflekterede interaktioner har nemlig umiddelbare omkostninger på enkeltsystemets niveau, fordi refleksion begrænser systemets handlingsmuligheder. Denne form for kontingenskontrol er ikke så ligetil for de autonome socialsystemer som sociale aktører. Først på det intersystemiske sammenhængs højere niveau giver refleksionen gevinst. Derfor kan refleksion kun gennemføres som en vekselsidet - symmetrisk - handlingsstrategi og er dømt til at mislykkes, når den kun ydes fra den ene side<sup>299</sup>.

Følgende passus fra *Excellence* kan også tages til indtægt for gensidig refleksion:

Publics who are treated as equals of an organization and whose ideas are communicated to the organization - as well as the ideas of the organization being communicated to the publics - more often support or fail to oppose an organization than do publics whose behavior the organization tries to change directly in the short term.<sup>300</sup>

3.4 AFRUNDING

---

<sup>297</sup> *Managing Public Relations*, 1984.

<sup>298</sup> *Excellence*:39.

<sup>299</sup> "Reflexion ist nämlich **dann** eine wirksame und überlegene Form der Handlungsrationaltät, **wenn** nicht nur einige, sondern alle oder zumindest die meisten Teile eines Handlungszusammenhanges sie verwirklichen, wenn Reflexion also zur Handlungsmaxime eines Gesamtsystems geworden ist. Denn dann bewirkt die je kurzfristige Selbstbeschränkung der Teile (über den Umweg einer Effizienzsteigerung des Ganzen) eine kontinuierliche, langfristige Steigerung der Möglichkeiten auch der Teile." Willke:111.

<sup>300</sup> *Excellence*:15. Min understregning.

Det aktuelle fremherskende begreb i public relations, symmetrisk kommunikation, får i de to paradigmer to ganske forskellige betydninger. Sammenholder vi med public relations praksis' ideal, som det kommer til udtryk i *Code of Athens*, finder vi en række krav, der kan sidestilles med Habermas' diskursetiske gyldighedskrav. Vi står altså med et ideal, der kræver symmetrisk kommunikation af public relations udøveren. Ser vi på *Excellence* som udtryk for moderne public relations praksis' selvforståelse, så ser vi signaler, der synes modsætningsfyldte i en habermask fortolkningsramme. *Excellence* anbefaler symmetrisk kommunikation efter Habermas' diskursetiske regler, men overtræder bogen igennem med det strategiske rationale for public relations praksis den grundlæggende regel for symmetrisk kommunikation i en habermask forstand.

Jeg finder det således vanskeligt at acceptere *Excellence's* ideal som symmetrisk kommunikation i en habermask forstand, sådan som *Excellence* selv hævder det; når baggrunden for at vælge kommunikationen er at medvirke til at fremme organisationens egne mål; når formålet er at sikre organisationens autonomi; og når kommunikationspartneren er strategisk valgt. I stedet vil jeg pege på muligheden af, at *Excellence's* bud på symmetrisk kommunikation måske snarere indfanges i et systemteoretisk paradigme.

Fortolker vi *Excellence's* symmetriske kommunikation i et socialsystemisk public relations paradigme og inden for begrebsrammen gensidig refleksion som socialt handlingsmønster i det kontekstregulerede samfund, så falder modsætningerne bort, og vi står i stedet med en ny fortolkning af begrebet *symmetrisk kommunikation som gensidig refleksion*.

## **4. ETIK ELLER FUNKTION**

lagttagelserne med de to paradigmer som perspektiver på public relations praksis og dens selvforståelse ifølge *Excellence* og *Code of Athens* kan fortolkes sådan, at den ideale selvforståelse hviler på en samfundsopfattelse, der peger på Habermas' teorier og det intersubjektive paradigme - mens det bærende rationale i adfærden snarere peger på det socialsystemiske paradigme.

### **4.1 IDEALET SOM FUNKTION**

Reflekterer vi *Code of Athens* og *Excellence* i hhv. et habermask og et systemteoretisk perspektiv, forstår vi dem på een gang parallelle og forskellige.

I et habermask perspektiv kan begge forstås som et led i public relations praksis' legitimeringsbestræbelser. Begge tilstræber at signalere en etisk adfærd i public relations praksis. *Excellence* skriver:

Only the two-way symmetrical model [...] represented a break from the predominant worldview that public relations is a way of manipulating publics for the benefit of the organization.<sup>301</sup>

I et systemteoretisk perspektiv kan vi forstå både *Code of Athens* og *Excellence* på to måder.

Dels som *billeder*<sup>302</sup> eller *forestillede rum*, der lanceres af public relations praksis til brug i andre socialsystemers refleksion for gennem offentlig tillid at sikre opbakning bag public relations.

Og dels som *programmer* for public relations adfærd - programmer<sup>303</sup>, der skal sikre et mere polykonteksturelt perspektiv end opdragsorganisationens for at styrke public relations praksis' funktionalitet som dekoder af billeder eller forestillede rum i opdragssystemernes gensidige refleksionsproces.

Selv om *Code of Athens* med sine 'etiske' instrukser til den individuelle public relations udøver har bund i en traditionel subjekt-orienteret humanistisk tradition, betyder det således ikke, at der ikke er plads til kodeksen i et socialsystemisk paradigme. Og formentlig er det ikke et udtryk for fejlprogrammering, at kodeksen hviler på et i dette perspektiv urealistisk grundlag og ikke tager hensyn til de restriktioner, udøveren er

---

<sup>301</sup> *Excellence*:290.

<sup>302</sup> Jfr. III 3.5.

<sup>303</sup> Program i systemteoretisk forstand, der ud fra public relations systemets mening instruerer sine 'medlemmer' = public relations udøvere om, hvordan de skal selektere ud fra det socialsystem (public relations), de er medlemmer af.

underlagt ifølge systemteorien. Tværtimod stemmer *Code of Athens* godt overens med samfundets selvforståelse, og en adfærd ifølge *Code of Athens* bidrager til den offentlige tillid, der er forudsætningen for interaktionen i samfundet.

*Excellence* kan tilsvarende ses som et sådant program, der programmerer public relations udøveren til en adfærd, der kan medvirke til offentlig tillid til public relations praksis.

De to funktioner, vi hermed tillægger *Code of Athens* og *Excellence* i et systemteoretisk perspektiv, kan ses som to sider af samme sag: 1) Som billeder eller forestillede rum medvirker de til den udadrettede del af den gensidige refleksionsproces, og 2) som programmer medvirker de til den indadrettede refleksive opgave, som pålægger restriktioner for adfærden i public relations praksis i forhold til andre socialsystemer.

#### 4.2 ETIK ER EFFEKTIVT

Ser vi på *Excellence*, så møder vi den i et habermask perspektiv paradoksale begrundelse for en etisk adfærd, at den er en effektiv strategi til at nå organisationsmålene.

I et systemteoretisk perspektiv er etik som et effektivt, strategisk middel ikke et paradoks. Her giver det mening at bruge begrebet etik, sådan som det indgår i samfundets selvforståelse og semantik<sup>304</sup>, som en funktionel foranstaltning til at opnå den sociale tillid, der er påkrævet for interaktion i samfundet.

*Excellence* kan i et habermask perspektiv ses som et udtryk for systemets kolonisering af livsverdenen - men jeg vil mene<sup>305</sup>, at bogen rent faktisk tror at anbefale det, vi i en habermask forstand vil kalde en livsverden-til-livsverden dialog fra systemet. Om man så vil hævde, at Grunig & Co. er koloniseret af systemet uden at være sig det bevidst - det er en smagssag. Her vil jeg blot påpege, at bogen som udtryk for public relations praksis' moderne selvforståelse muligvis kan tolkes, som ligger et ideal lig Habermas' idealforestilling til grund, mens vi snarere finder et socialsystemisk rationale bag den adfærd, der kan iagttages i praksis.

I et habermask perspektiv vil den selvforståelse, bogen udtrykker, være modsætningsfyldt. Læser vi den inden for rammerne af et socialsystemisk public relations paradigme, giver den mening. For i et socialsystemisk public relations paradigme synes vi at kunne tale både om *idealet som funktion* og om, at *etik er effektivt*.

---

<sup>304</sup> NB: Etik bruges i systemteorien anderledes end i den sædvanlige humanistiske tradition, og anderledes end i hverdagen. Med begrebet etik forstår Luhmann den krævende, elaborerede beskrivelse, som indlader sig på moralens problemer og forsøger at reflektere over dem. Etik defineres altså som moralens refleksionsteori, altså enhver kognitiv beskrivelse af moralen.

<sup>305</sup> Også efter at have oplevet James Grunig som et åbenbart sympatisk og velmenende menneske på DPRF-konferencen *Excellence i Public Relations* i København 1993-03-18 og dagen efter til forelæsning på RUC.





## V PERSPEKTIVER PÅ PARADIGMERNE

MED DET INTERSUBJEKTIVE OG DET SOCIALSYSTEMISKE PUBLIC RELATIONS PARADIGME SKITSERER VI VÆSENSFORSKELLIGE ROLLER FOR PUBLIC RELATIONS I KOORDINERINGEN AF SOCIAL ORDEN.

HABERMAS' TEORIER GØR DET MULIGT AT GENNEMSKUE DEN IDEALFORESTILLING, DER SYNES AT RÅDE I PUBLIC RELATIONS PRAKSIS' SELVFORSTÅELSE, MEN SAMTIDIG AT OPSTILLE NORMATIVE IDEALER FOR PUBLIC RELATIONS PRAKSIS. I DET INTERSUBJEKTIVE PARADIGME BLIVER DET IDEALET AT REETABLERE SYSTEMETS KOBLING TIL LIVSVERDENEN. PUBLIC RELATIONS UDØVEREN SKAL HANDLE SOM INDIVID Gennem KOMMUNIKATIV HANDLEN. PUBLIC RELATIONS BLIVER ET SPØRGSMÅL OM ETISKE PROBLEMSTILLINGER I ET NORMATIVT PERSPEKTIV. VI KUNNE OGSÅ KALDE PARADIGMET DET *ETISKE*, DET *KOMMUNIKATIVE* ELLER DET *NORMATIVE* PUBLIC RELATIONS PARADIGME. KODEORDET ER LEGITIMERING.

LUHMANN'S TEORIER GØR DET MULIGT AT GENNEMSKUE DE SOCIALSYSTEMISKE MEKANISMER, DER KAN SES SOM RAMMEN FOR PUBLIC RELATIONS PRAKSIS, OG TIL AT OPSTILLE NOGLE FUNKTIONELLE FORUDSÆTNINGER FOR PRAKSIS. I DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME BLIVER FUNKTIONEN AT MEDVIRKE TIL AT OPRETHOLDE ORGANISATIONSSYSTEMERS GRÆNSER Gennem STRATEGISK REFLEKSION; AT MEDVIRKE TIL AT SIKRE, AT DE UDDIFFERENTIEREDE SYSTEMLOGIKKER KAN FUNGERE AUTONOMT, FORDI DE OGSÅ FORSTÅR AT FUNGERE SAMMEN. PUBLIC RELATIONS UDØVERENS HANDLINGSRUM ER DEFINERET AF SOCIALSYSTEMERNE. PUBLIC RELATIONS BLIVER ET SPØRGSMÅL OM FUNKTIONELLE PROBLEMSTILLINGER I ET KOGNITIVT PERSPEKTIV. VI KUNNE OGSÅ KALDE PARADIGMET DET *FUNKTIONELLE*, DET *REFLEKSIVE* ELLER DET *KOGNITIVE* PUBLIC RELATIONS PARADIGME. KODEORDET ER OFFENTLIG TILLID.

HVERT PERSPEKTIV HAR SIN BLINDE PLET, MEN VED AT VEKSEL PERSPEKTIVER SER VI MERE.

ERKENDELSESINTERESSEN VED EN METATEORETISK IAGTTAGELSE AF PUBLIC RELATIONS SOM FÆNOMEN ER HOS HABERMAS AT BEVIDSTGØRE UDØVEREN OM SIN OPGAVE, DVS. AT FRISÆTTE UDØVERENS FORNUFT FRA DEN FREMMEDGØRENDE SYSTEMLOGIK. I DEN FORSTAND KAN VI TALE OM MULIGHEDEN FOR LEGITIMERING AF PUBLIC RELATIONS PRAKSIS. DEN MULIGHED EKSISTERER IKKE I DET SYSTEMTEORETISKE PARADIGME. HER ER ERKENDELSESGEVINSTEN EN 2. ORDENS IAGTTAGELSE AF PUBLIC RELATIONS TIL BRUG FOR PUBLIC RELATIONS' SYSTEMINTERNE KOMMUNIKATION. I DEN FORSTAND KAN VI TALE OM MULIGHEDEN FOR STRATEGISK REFLEKSION I PUBLIC RELATIONS SYSTEMET OG GENERERING AF OFFENTLIG TILLID.

## 1. DE BLINDE PLETTER

Et paradigme kan betragtes som et socialsystem. Det styrer et særligt perspektiv på den genstand, der iagttages. Med det intersubjektive og det socialsystemiske paradigme anlægges forskellige perspektiver på iagttagelsen af public relations. Som andre socialsystemer har hvert perspektiv sin blinde plet, men ved at veksle perspektiver får vi en mulighed for at komme ind bag paradigmernes blinde pletter. Vi ser mere, end hvis vi alene anlagde bare eet perspektiv. Vi kommer bedre rundt om public relations som fænomen, og får en mere dækkende forklaringsramme, når vi vil forsøge at indfange fænomenet i det større sociale mønster. Vi vil utvivlsomt se endnu mere ved at inddrage endnu flere teoretiske perspektiver; men vi kan komme langt med kombinationen af Habermas og Luhmann, fordi de behandler parallelle problemstillinger, men ud fra væsensforskellige grundsyn.

Iagttager vi det intersubjektive public relations paradigme i et systemteoretisk perspektiv, er de blinde pletter, at paradigmet ikke ser, at der ingen mulighed er for intersubjektiv kommunikation; ikke ser, at kommunikation er intrasystemisk og mediebar; ikke ser, at sproget ingen frigørende og fornuftsskabende funktion har; ikke ser, at der ingen fælles tydningshorisont er; ikke ser, at alle sociale handlinger er begrundet i socialsystemernes uddifferentierede logikker.

Omvendt kan man, hvis man iagttager det socialsystemiske public relations paradigme i et habermask perspektiv, påstå, at systemteoriens blinde pletter er den manglende problematisering af magt og hierarki, af den anonyme logik og af menneskets manglende indflydelse på sociale relationer.

FRA ET SYSTEMTEORETISK PERSPEKTIV SER MAN	FRA ET HABERMASK PERSPEKTIV SER MAN
<p style="text-align: center;"><b>Blinde pletter:</b> <b>Det intersubjektive paradigme ser ikke</b></p> <p style="text-align: center;">at kommunikation er intrasystemisk og mediebar.</p> <p style="text-align: center;">at der ingen fælles tydningshorisont er.</p> <p style="text-align: center;">at alle sociale handlinger er forankret i socialsystemerne.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Blinde pletter:</b> <b>Det socialsystemiske paradigme ser ikke</b></p> <p style="text-align: center;">den manglende problematisering af magt og hierarki</p> <p style="text-align: center;">den anonyme logik</p> <p style="text-align: center;">menneskets rolle i sociale relationer.</p>

Figur 15: Perspektivvekslen.

Man ser altså forskellige ting med de to teorier, og frem for at bekende sig til een alene kan det være frugtbart at lade begge supplere hinanden i refleksionen over public relations.

## 2. PERSPEKTIVVEKSLER

### 2.1 INTEGRATION ELLER INTERAKTION

Både i det intersubjektive og det socialsystemiske public relations paradigme er public relations indkredset som et fænomen, der optræder i forbindelse med koordineringen af samfundets forskellige rationaliteter. Koordineringsprocessernes karakter og ambition forklares forskelligt hos Habermas og Luhmann. Vurderingen af public relations' koordinerende rolle i den sociale orden får således også en ganske forskellig drejning i de to paradigmer.

#### 2.1.1 DET INTERSUBJEKTIVE PERSPEKTIV: FRI- ELLER FREMMEDGØRENDE

Det store spørgsmål i det intersubjektive paradigme er, om public relations praksis er ødelæggende for den grundlæggende konsensus-skabelse om den fælles mening i samfundet. Hæmmer public relations praksis integrationen - og fremmer måske ligefrem desintegrationen - ved at *fremmedgøre* den menneskelige fornuft gennem kolonisering med den anonyme systemlogik? Eller kan public relations praksis varetages, så den medvirker til at *frisætte* fornuften og fremme den sociale integration?

Det er grundlæggende afgørende, hvorvidt udøveren i sit virke er forankret i livsverdenens forståelsesrationalitet eller i systemets målrationalitet. Er public relations udøveren forankret i en frakoblet systemisk målrationalitet, kan hun i en habermask forstand kritiseres for at medvirke til en kolonisering af livsverdenen, en skævvridning af demokratiet - til desintegration. Er public relations udøveren livsverdenens advokat i systemet; arbejder hun for en legitimerende genkobling af systemet til livsverdensrationaliteten, kan vi tale om en frisættende, integrerende indsats.

Udøverens rolle	Forankring	Effekt
Deltager	Livsverdenens menneskelige fornuft	Frisættende = integration
Tilskuer	Systemet anonyme logik	Fremmedgørende = desintegration

Figur 16: Public relations i det intersubjektive paradigme - frisættende eller fremmedgørende.

#### 2.1.2 DET SOCIALSYSTEMISKE PERSPEKTIV: AF- ELLER BELASTNING AF INTERAKTIONEN

I det socialsystemiske paradigme er det spørgsmålet, hvorvidt public relations praksis evner at medvirke til gensidig refleksion socialsystemerne imellem. I så fald kan vi tale om at aflaste interaktionen imellem socialsystemer. Det forudsætter en praksis, som ikke begrænser sig til en 1. ordens expressiv opgave. Praksis må integrere den refleksive opgave og fremme den systeminterne 2. ordens kommunikation. Formålet er at medvirke til socialsystemernes gensidige refleksion i bestræbelserne på at undgå, at socialsystemerne belaster hinanden i en sådan grad, at den intersystemiske

aktion bryder sammen.

Udøverens rolle og forankring	Udøvelsens art	Effekt
Redskab for socialsystem	Refleksiv - 2. ordens kommunikation	Aflaster interaktionen
Redskab for socialsystem	Expressiv - 1. ordens kommunikation	Belaster interaktionen

Figur 17: Public relations i det socialsystemiske paradigme - af- eller belastning af interaktionen.

Ronneberger & Rühl opstiller tilsvarende nogle mål for public relations i en systemteoretisk forklaringsramme:

Public Relations kan ganske vist virke samfundsintegrerende, når den gør opmærksom på samfundsmæssige følger og følgeproblemer, også sådanne, som er vanskelige eller umulige at løse. Men det rækker ikke med reparationsforsøg eller aktualisering af temaer, som ikke umiddelbart hænger sammen med organisationsmålene. Når man tager den nødvendighed i komplekse samfund, gennem vidtspændende information og konstant bestræbelse at gøre høj kompleksitet forståelig, kan PR-integrationspolitik ikke kun tage sigte på at forenkle komplekse sagsforhold, for at de formentlig skal kunne forstås. En funktionel PR-integrationspolitik må have som sigte at fjerne eller undgå de tiltagende belastninger i samfundet.<sup>306</sup>

Her opfylder public relations praksis altså ikke sin funktion ved alene at give udtryk for samfundsansvarlighed gennem 'aktualisering af temaer, som ikke umiddelbart hænger sammen med organisationsmålene', ej heller ved blot at kunne mestre 'kommunikation' i en traditionel, kommunikationsteknisk forstand. Ronneberger & Rühl opererer ikke med begrebet refleksion, men mon ikke man med opgaven 'må have som sigte at fjerne eller undgå de tiltagende belastninger i samfundet' kan pege på, at public relations praksis for at være funktionel ikke kan nøjes med den expressive, men må inddrage den refleksive opgave.

## 2.2 ETIK OG FUNKTION - KOMMUNIKATIV HANDLEN OG STRATEGISK REFLEKSION

Med opfattelsen af samfundets rationaliteter og af koordineringsopgavens karakter anlægger de to paradigmer også forskellige vurderingskriterier på public relations praksis. Det ene fører til en *normativ* bedømmelse af public relations praksis' *etiske* kvaliteter. Det andet til en *kognitiv* vurdering af public relations praksis' *funktionelle* effekt.

Uløseligt forbundet med begreberne etik og funktion er udøvelsens karakter og det bærende rationale. I et intersubjektivt paradigme bliver etisk adfærd lig med *kommunikativ handle*. I et socialsystemisk taler vi ikke om etisk, men om funktionel adfærd, som kræver *strategisk refleksion*.

<sup>306</sup> Ronneberger & Rühl:292. E.o. Flere forskere i Luhmann-skolen anvender integrationsbegrebet i en positiv ramme. Det er jeg varsom med, fordi Luhmann formentlig vil beskrive integration som risikabel for bevarelsen af systemgrænser.

### 2.2.1 DET INTERSUBJEKTIVE PERSPEKTIV: ETISK KOMMUNIKATIV HANDLEN

Det intersubjektive paradigme kunne vi også have benævnt *det etiske public relations paradigme*. Det er her, vi taler om, at public relations praksis bør være *etisk*.

Praksis	ETISK	UETISK
Koordinering	Integration	Desintegration
Kommunikation	Kommunikativ handlen	Strategisk handlen
Rationaliteter	(System) Livsverden <-> Livsverden	System <-> livsverden eller System (livsverden) <-> livsverden
Styrende motiv	Almeninteressen	Særinteressen

Figur 18: Forudsætninger for etisk public relations praksis i et intersubjektivt paradigme.

Selv om praksis udføres som en organisatorisk aktivitet, så har etisk praksis sit udspring i livsverdenens rationalitet og er dermed begrundet i almeninteressen. Alene en etisk praksis kan have en frisættende effekt og medvirke til samfundets sociale integration.

I et intersubjektivt public relations paradigme er der den gode, og der er den onde udlægning af public relations funktionen. I den gode udgave repræsenterer public relations praksis livsverdenen i systemet, og kommunikationen følger modellen *livsverden <-> livsverden* (kommunikativ handlen). I den onde udgave taler public relations funktionen ud fra en systemrationalitet til livsverdenen; *system -> livsverden* (åben strategisk handlen). Hertil kommer *den virkelig onde*, hvor public relations funktionen foregiver at tale ud fra en forståelsesorienteret livsverdensrationalitet til livsverdenen i organisationens omverden, altså *livsverden <-> livsverden*, men hvor den styrende hensigt er en strategisk systemrationalitet, så modellen altså ser sådan ud: *system (livsverden <-) -> livsverden* (skjult strategisk handlen). Det er manipulation, men måske ikke altid erkendt som sådan, og således må man i en Habermas-nær fortolkning definere det såkaldt symmetriske kommunikationsideal, som det beskrives og begrundes i *Excellence*.

DEN GODE	livsverden <-> livsverden	kommunikativ handlen
DEN ONDE	system -> livsverden	åben strategisk handlen
DEN VIRKELIGT ONDE	system (livsverden <-) -> livsverden	skjult strategisk handlen

Figur 19: Etiske gradueringer i et intersubjektivt public relations paradigme.

### 2.2.2 DET SOCIALSYSTEMISKE PERSPEKTIV: FUNKTIONEL STRATEGISK REFLEKSION

I det socialsystemiske paradigme kan praksis hverken udlægges som god eller ond i en etisk forstand. Public relations kan fortolkes som en funktionel foranstaltning, der kan medvirke til at aflaste interaktionen imellem systemer. I systemteorien bliver vurderingen af public relations praksis et spørgsmål om funktionalitet, altså om hvorvidt

praksis opfylder sin funktion. Her kunne vi som modsætning til et etisk paradigme tale om *det funktionelle public relations paradigme*.

Praksis	FUNKTIONEL	DYSFUNKTIONALITET
Koordinering	Aflastning interaktion	Belastning interaktion
Kommunikation /interaktion	Gensidig refleksion 2. ordens iagttagelse	Ensidig refleksion 1. ordens iagttagelse
Styrende motiv	Bevare systemgrænser	Bevare systemgrænser

Figur 20: Forudsætninger for funktionel public relations praksis i et socialsystemisk public relations paradigme.

I et socialsystemisk paradigme kan public relations praksis kritiseres for at være dysfunktionel, hvis den ikke medvirker til den gensidige refleksion i socialsystemerne. God public relations praksis skal altså i en systemteoretisk forstand være gensidigt refleksionsfremmende, den skal arbejde inden for rammerne af autopoiesens paradoksale syntese af autonomi og interaktion. Socialsystemerne skal fortsætte deres processer ud fra hver deres logik for at bevare dynamikken og udvikle sig inden for sine egne grænser; men også lære at se sig som omverden for hinanden for at undgå belastninger, der kan få interaktionen til at bryde sammen. Det socialsystemiske alternativ til den intersubjektive etik har jeg valgt at kalde *gensidig strategisk refleksion*<sup>307</sup>. Excellence skriver:

One of the major purposes of excellent public relations is to balance the private interests of the organization with the interests of publics and of society. Excellent public relations does so through strategic planning and symmetrical communication programs. If excellent organizations are to be socially responsible, they need excellent public relations to help make them that way.<sup>308</sup>

Public relations praksis skal altså afbalancere offentlighedens og organisationers interesser for at være samfundsansvarlige, men ud fra strategiske overvejelser.

I systemteorien er ambitionen ikke som hos Habermas integrationsbestrebelse mod en forståelse i fælles interesse. Den er begrænset til 'at forhindre, at særinteresserne driver fra hinanden'. Systemernes egenlogikker er legitime, for de er funktionelle; men socialsystemer må lære at leve side om side til eget bedste gennem gensidig refleksion, og her har public relations formentlig sin funktion. Her kan organisationer leve op til deres samfundsansvar ved at afbalancere deres interesser i forhold til omgivelserne gennem refleksiv kommunikation - af hensyn til egen trivsel og baseret på funktionelle strategiske overvejelser. Modsætningsforholdet mellem særinteresse og fællesinteresse opløses. Man kan næsten sige det sådan, at særinteressen er i den fælles interesse.

### 2.2.3 SYMMETRISK KOMMUNIKATION:

<sup>307</sup> Jfr. specialet del IV, kapitel 3.4.

<sup>308</sup> Excellence:241.

#### KOMMUNIKATIV HANDLEN ELLER GENSIDIG REFLEKSION

Både den etiske kommunikative handlen og den funktionelle gensidige refleksion kan parallelliseres med idealet i moderne public relations, *symmetrisk kommunikation*, men med ganske forskellige konsekvenser for praksis. Der er grundlæggende forskelle i de to paradigmer.

I det intersubjektive paradigme forudsætter dette ideal symmetri på de forskellige dimensioner i dialogen<sup>309</sup>. Det er afgørende, at dialogparterne har samme agt, nemlig at nå fælles forståelse, som man har til hensigt at rette sig efter - også selv om udfaldet ikke bliver til organisationens umiddelbare fordel. Dialogparterne skal tilsvarende have samme magt - eller rettere: dialogen må ikke påvirkes af nogen form for magtudøvelse, skjult som åben. Det vil i praksis fx sige, at det ikke er symmetrisk kommunikation ud fra reglerne i Habermas' diskursetik, hvis en virksomhed fx truer med at flytte arbejdspladser til en anden kommune, eller hvis 'den politiske forbruger' truer med at boycotte en virksomheds produkter. Symmetriforholdet gælder også viden. Det vil i praksis sige, at en organisation må gøre al viden tilgængelig for dialogpartnern; det rækker i idealet ikke med den selektive viden, der stilles til rådighed på fx informationsmøder, i informationsblade osv.

Min konklusion er, at Habermas' diskursetik er inspirerende for forståelsen af public relations praksis' ideale selvforståelse, som fx *Code of Athens* og det symmetriske kommunikations-begreb er udtryk for, men public relations praksis vil ikke som strategisk, organisatorisk aktivitet kunne leve op til kravene. Der vil altid dømmes *uetisk*. Det betyder ikke, at man ikke i praksis kan lære af disse ideale fordringer, som baserer sig på en analyse af de forforståelser og aktive tankebilleder, der spiller med i den offentlige kommunikation.

Med de socialsystemiske teorier får vi en ramme for at forstå, hvorfor konflikter opstår imellem grupper i samfundet, og hvorfor de er så vanskelige at løse - og at de i mange tilfælde ikke kan løses, men kun er mulige at erkende for dog at komme på en slags talefod. Det kræver *gensidig* refleksion; det er her, fx *både* arbejdsgivere og skraldemænd eller buschauffører<sup>310</sup> må hjælpe hinanden til at reflektere over sig selv som gensidig omverden ud fra 2. ordens iagttagelser og udveksling af 'billeder'<sup>311</sup>. Det sker ud fra en erkendelse af afhængigheden af interaktionen med relevante socialsystemer i omverdenen, og refleksion har et strategisk motiv. Ser man kun verden ud fra sin egen logiks 1. ordens iagttagelse, øges risikoen for interaktionens sammenbrud.

Forskellene mellem de to public relations paradigmers hhv. etiske og funktionelle adfærdsmønstre kan opsummeres sådan:

---

<sup>309</sup> Jfr. specialet del II, kapitel 2.3.

<sup>310</sup> Jeg refererer til i 1995 og 1996 aktuelle sager, *Ribus-konflikten* i Esbjerg og *skraldemandskonflikten* i Århus.

<sup>311</sup> Om 'billed'begrebet, jfr. afsnit III 3.5.



	<b>HABERMAS: KOMMUNIKATIV HANDLEN</b>	<b>LUHMANN: GENSIDIG STRATEGISK REFLEKSION</b>
<b>Rationalitet</b>	Livsverdenen fælles tydningshorisont	De uddifferentierede socialsystemiske logikker
<b>Motiv</b>	Forståelse	Strategi
<b>Medium</b>	Sprog	2. ordens iagttagelse
<b>Mål</b>	Konsens, fælles forståelse	Dissens - purring af den systeminterne refleksion (kommunikation over kommunikation)
<b>Funktion</b>	Social integration	At aflaste interaktion

Figur 21: Kommunikativ handlen eller strategisk refleksion.

Hvor den ideale ambition i et intersubjektivt paradigme er at gavne fællesinteressen, så er den i et socialsystemisk reduceret til 'i det mindste at hindre partikulærinteressesers driven-fra-hinanden'<sup>312</sup>.

### 2.3 OFFENTLIGHEDEN

Relationen til offentlige kommunikationsprocesser synes konstituerende for public relations i begge paradigmer, og hos både Habermas og i den luhmannske skole har disse processer en koordinerende funktion i samfundet. Men fordi både processerne og koordinationens karakter er forskellige, bliver fortolkningen af public relations det også.

#### 2.3.1 DET INTERSUBJEKTIVE PERSPEKTIV: DEN BORGERLIGE OFFENTLIGHED

Vi står på den ene side med bestræbelserne på at etablere et fælles forum for fornuftsdannelsen, skabt gennem intersubjektiv forståelsesorienteret diskurs; det er et muligt ideal på baggrund af livsverdenen som en fælles tydningshorisont. Det er her, udøveren i idealet bør engagere sig som individ i den offentlige debat i fællesinteressen.

Fører vi tanken ud i sin konsekvens, synes vi faktisk at ende i spørgsmålet, om der overhovedet er plads til en funktion som public relations i dette ideal. *Bliver public relations praksis ikke netop en systemisk fremmedgørelse af den offentlige debat?* Jeg mener, vi kan tolke nedenstående således, at hvor muligheden tidligere bestod for fx som virksomhedsleder/ejer at skifte fra rollen som privatperson til samfundborger i den offentlige debat om fælles anliggender, så er noget tilsvarende ikke muligt for den professionelle public relations udøver, som kun har en systemisk interesse i den debat, hun medvirker i:

<sup>312</sup> Ronneberger & Rühl:252. E.o.

"... organizations practised what he called *private relations* before they practiced public relations. With private relations, organizations either did not feel obligated to communicate with publics, or organizational executives communicated directly with publics without the intervention of manipulative public relations practitioners. Although Olasky did not use the term symmetrical, his discussion suggests that private relations were symmetrical before press agents made public relations asymmetrical."<sup>313</sup>

Tilsvarende tillægger Habermas i *Borgerlig Offentlighed* public relations praksis ('meningspleje') en desintegrerende funktion ved at pege på, at public relations praksis bærer en del af skylden for, at offentligheden i dag er invaderet af særinteresser<sup>314</sup>. Public relations aktiviteterne foregiver ifølge Habermas, at de drejer sig om emner, der har relevans for en diskussion i offentligheden, altså om offentlige relationer med livsverdenen som den fælles tydningshorisont for en dialog mod fælles forståelse. Bagved ligger imidlertid en *privat* markedsrelation og en målrational systemlogik, der ifølge den borgerlige offentligheds idealforståelse ikke har sin berettigede plads i offentlighedens forum<sup>315</sup>.

### 2.3.2 DET SOCIALSYSTEMISKE PERSPEKTIV:

#### DE OFFENTLIGE KOMMUNIKATIONSPROCESSER

Med base i Luhmanns teorier bliver problemstillingen vendt radikalt. Offentligheden er funktionelle kommunikationsprocesser, som styrker samfundssystemets refleksionskapacitet og i stigende grad tjener til gensidig regulering i *det kontekstregulerede samfund*. Over mediet samfundsansvarlighed lægges visse forventningsstrukturer i form af den offentlige tillid for at opretholde interaktionen imellem systemerne. Den offentlige kommunikation er en af samfundssystemets aflastningsstrukturer. Processerne finder sted i utallige socialsystemer af forskellig karakter, og der er ikke tale om en fælles tydningshorisont som Habermas' livsverden. Det bærende medium er svagt og præget af de forskellige uddifferentierede systeminterne konstruktioner af samfundet. Strukturelle public relations koblinger med de offentlige kommunikationsprocesser bæres af strategiske hensyn til opdragssystemets eksistens. Her ser vi behovet for en funktion, der kan koble til omverdenen ud fra en 2. ordens iagttagelse.

### 2.3.3 HVAD ER EGENTLIG FORSKELLEN?

---

<sup>313</sup> Excellence:290 om M.N. Olasky, *Corporate public relations: A new historical perspective*, Hillsdale, New Jersey; Lawrence Erlbaum Associates, 1987. Mine understregninger.

<sup>314</sup> Se citat specialet del II, kapitel 1.4.

<sup>315</sup> Jeg er klar over det forhold, at denne beskrivelse baserer sig på mere end 30 år gamle iagttagelser af public relations praksis, og at praksis siden har gennemgået en udvikling. Fortsat ser det dog ud til at være sådan, at public relations praksis udøves ud fra en strategisk målrationalitet (jfr. fx *Excellence*), og det er den væsentlige pointe, når vi i et habermask paradigme skal tale om mulighederne for en etisk public relations praksis.

Når vi i et socialsystemisk public relations paradigme definerer begrebet offentlig, så må det ikke forveksles med Habermas' ideale forestilling om et rum, hvor samfundets fornuft skabes og handlinger koordineres ud fra en fælles tydningshorisont. Hos Luhmann levnes der ingen mulighed for en fælles overgribende fornuft, og heller ikke for et begreb som samfundsansvarlighed med en fast form, for "det skulle betyde, at samfundet selv skulle forekomme i samfundet"<sup>316</sup>. Samfundet er kun uddifferentierede systeminterne konstruktioner, og tilsvarende er det med forestillingen om ansvaret over for samfundet.

Nogle vil måske indvende: Jamen det er jo som Habermas siger, særinteressernes indtog i offentligheden! Det giver blot ingen mening i systemteorien, hvor vi ikke kan skelne mellem sær- og fællesinteresser, hvor der intet alternativ er i form af en fælles tydningshorisont som hos Habermas. I stedet for en normativ fordømmelse vendes problemperspektivet derfor mod en funktionel løsning: Begrebet samfundsansvarlighed som medløbende medium i socialsystemernes refleksion ud fra *forestillingen* om et fælles samfund - og dermed nødvendighed af fælles hensyntagen. De offentlige kommunikationsprocesser bliver markeret<sup>317</sup>, som de uddifferentierede funktionssystemer på forskellig vis kan koble strukturelt med (og jo mere avanceret man er i sin omverdens-iagttagelse, des bedre bliver man til denne interaktion). Med koblinger dels indføres 'billeder' for at påvirke begrebet samfundsansvarlighed ud fra egen logik, dels aftages billeder til brug i den systeminterne refleksion.

Offentlighedsbegreber	HABERMAS' BESKRIVELSE AF IDEALET: DEN BORGERLIGE OFFENTLIGHED	ET LUHMANNSK PERSPEKTIV: DET OFFENTLIGE KOMMUNIKATIONSSYSTEM
<b>Funktion</b>	Fornuften dannes for koordinering af samfundets handlen, i idealet ud fra en fælles tydningshorisont - men vanskeligt i praksis.	Tematiserer funktionssystemernes gensidige belastning i kommunikationsprocesser. Etablerer strukturelle koblinger på tværs af funktionssystemerne til brug i den gensidige refleksion for at sikre offentlig tillid som forudsætning for interaktionen.
<b>Organisation</b>	Fælles intersubjektivt forum.	Funktionssystemet for socialsystemernes offentlige kommunikation over det flydende medium samfundsansvarlighed.
<b>Proces</b>	Diskurs i livsverdenens forståelsesrationalitet.	Strategisk af- og indlæsning af billeder.

Figur 22: Offentlighedens karakter og funktion hos Habermas og fortolket ud fra Luhmann.

## 2.4 LEGITIMITET ELLER OFFENTLIG TILLID

<sup>316</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:422.

<sup>317</sup> Ronneberger & Rühl definerer markeret som kommunikative intermedieære systemer, som et koordinationsprincip. Markeret muliggør altså en koordineret offentliggørelse af tematiserede meddelelser. " In diesem Sinne werden Marktmodelle entwickelt, um unterschiedliche soziale Probleme durch Leistungen und Gegenleistungen zu lösen, die wiederum von flexibel und dispositionsfähig entscheidenden Organisationen erbracht werden - ohne daß dafür eine zentralgesteuerte Einheit Voraussetzung ist". Ronneberger & Rühl:263.

Begge paradigmer berører begrebet *samfundsansvarlighed* - et begreb, der står centralt i public relations praksis' selvforståelse. *Excellence* fastslår, at

Public relations is the practice of social responsibility.<sup>318</sup>

Med begge paradigmer bliver den centrale opgave for public relations *at generere social accept*. I det intersubjektive bliver det et spørgsmål om at *legitimere* organisationer i samfundet, og det vil i det postkonventionelle samfund sige at reetablere systemets kobling til livsverdensrationaliteten gennem diskursetiske processer.

I det socialsystemiske paradigme bliver det et spørgsmål om *at skabe offentlig tillid*, og det vil i det kontekstregulerede samfund sige at etablere og gøre sig fortjent til forventninger om samfundsansvarlighed - et begreb, der dog skifter med den systemlogik, der bruger det.

Public relations paradigmerne iagttager samme tendenser, men reflekteret i de respektive teoriparadigmer fortolkes de forskelligt. Hvor vi i det intersubjektive paradigme har som mål at enes om fælles adfærdsmønstre i samfundet - konsensus, så bliver målet i det socialsystemiske snarere at få forskellige normsæt til at leve med hinanden - til at være indforstået om deres dissens<sup>319</sup> - eller at 'pleje den form for forståelse, som om ikke forsoner de forskellige iagttagere, så dog tillader dem at eksistere ved siden af hinanden'<sup>320</sup>.

## 2.5 BEVIDST DELTAGER ELLER REDSKAB FOR SOCIALSYSTEMER

Når udøverens rolle iagttages ud fra de to paradigmer, ser vi den grundlæggende dissens mellem Habermas og Luhmann: Forholdet mellem det handlende individ og de sociale systemer. Hvor Habermas går ud fra, at man på socialsystem-niveauet stadig kan arbejde meningsfyldt med individkategorier, så er det Luhmanns påstand, at moderne samfund har udviklet emergente egenskaber, hvor sociale relationer ikke længere kan henføres til individers handlen. Således tager Luhmann aldeles afstand fra subjektbaserede samfundsteorier. Derfor lægger han heller ikke samme vægt på intersubjektiv, sprogligt baseret kommunikation som Habermas. Kommunikation bæres af symbolmedier og er altså forankret i systemlogikken. Sproget kan kun være et muligt hjælpemiddel. Det er denne dissens om individets rolle i de sociale relationer, der ligger til grund for de forskellige opfattelser af rationaliteterne i samfundet og kommunikationens art. Opfattelser, der tilsvarende indkredser public relations udøverens handlingsrum forskelligt i de to paradigmer.

---

<sup>318</sup> *Excellence*:240. Min understregning.

<sup>319</sup> Som Willke anfører: "Verständigung über Dissens kann produktiver sein als der Versuch, Verstehen auf den Sonderfall von Konsens zu verengen." Willke:74.

<sup>320</sup> Luhmann, *Soziologie des Risikos*, Berlin/New York 1991:247 i Kneer & Nassehi:177.

Hos Habermas er det forudsætningen for etisk public relations praksis, at udøveren handler som *deltagende, ansvarligt individ* - bevidst og ud fra livsverdenens forståelsesrationalitet. Det er et krav for den kommunikative handling, som atter er et krav for etisk adfærd. Handler udøveren strategisk ud fra systemlogikken, er udøveren kun tilskuer til processerne, og tager ikke det personlige etiske ansvar.

Det billede, vi med Habermas kan tegne af den uetiske public relations udøver, kan faktisk jævnføres med udøverens mulige rolle i et socialsystemisk paradigme. Her er *alle sociale handlinger koordineret af socialsystemernes autopoietiske kommunikationsproces*. Skønt mennesket er nødvendigt som formidler af kommunikationen, så er kommunikationen forankret i det sociale systems mening, ikke i menneskets bevidsthed, og menneskets handlinger koordineres af de sociale systemers mening. Pointen i forhold til Habermas er, at *der ikke gives anden mulighed*.

## 2.6 2. ORDENS PERSPEKTIV PÅ PUBLIC RELATIONS

En perspektivvekslen mellem de to paradigmer kan oplistes sådan:

PUBLIC RELATIONS PARADIGMER	HABERMAS: DET INTERSUBJEKTIVE PARADIGME	LUHMANN: DET SOCIALSYSTEMISKE PARADIGME
<b>Perspektiv</b>	Normativ	Kognitiv
<b>Koordinerende opgave</b>	Genetablere systemets kobling til livsverdenen	Opretholde socialsystemers grænser - autonomi gennem interaktion
<b>Problemstillingers karakter</b>	Etisk	Funktionel
<b>Problemfelt</b>	Integration eller desintegration - frisætter eller fremmedgør fornuften	Aflaster eller belaster interaktion
<b>Mål</b>	At gavne fællesinteressen	At hindre partikulærinteressers 'driven-fra-hinanden'
<b>Middel</b>	Kommunikativ handling	Strategisk refleksion
<b>Ambition</b>	Konsensus	Indforståelse om dissens
<b>Horisont</b>	Offentligheden - i idealet en fælles tydningshorisont	Offentlige kommunikationssystemer relateret til uddifferentierede funktionslogikker
<b>Social orden</b>	Postkonventionel	Kontekstregulering
<b>Form for social accept</b>	Legitimitet	Offentlig tillid
<b>Udøverens handlingsrum</b>	Individ - deltager	Tilskuer - uden for socialsystemer; sociale handlinger koordineres af socialsystemer

Figur 23: Det intersubjektive og det socialsystemiske public relations paradigme sammenholdt på centrale punkter.

Med de to paradigmer ser vi således væsensforskellige roller for public relations praksis i den sociale orden og også forskellige handlingsrum for public relations udøveren.

Med Habermas' teorier bliver det muligt at gennemskue den idealforestilling, der synes at råde i public relations praksis' selvforståelse. Samtidig kan vi med Habermas præcisere kravene til de normative idealer for etisk public relations praksis. I det intersubjektive paradigme bliver det idealet at reetablere systemets kobling til livsverdenen. Public relations udøveren skal handle som individ gennem kommunikativ handlen. Opgaven bliver legitimering af organisatorisk handlen. Forum er offentligheden med base i livsverdenens fælles tydningshorisont, og med konsensus som ambition. Med Habermas bliver public relations således et spørgsmål om etiske problemstillinger i et normativt perspektiv. Vi kunne også kalde paradigmet det *etiske*, det *kommunikative* eller det *normative* public relations paradigme. Kodeordet er legitimering.

Luhmanns teorier derimod gør det muligt at gennemskue de socialsystemiske mekanismer, der kan ses som rammen for public relations praksis, og at opstille nogle funktionelle forudsætninger for praksis. I det socialsystemiske paradigme bliver funktionen at medvirke til at opretholde organisationssystemers grænser gennem strategisk refleksion; at medvirke til at sikre, at de uddifferentierede systemlogikker kan fungere autonomt, fordi de også forstår at fungere sammen. Konsens eller fælles forståelse er ikke mulig; ambitionen er snarere at erkende dissensen. Public relations udøverens handlingsrum er defineret af socialsystemerne. Public relations bliver et spørgsmål om funktionelle problemstillinger i et kognitivt perspektiv. Vi kunne også kaldt paradigmet det *funktionelle*, det *refleksive* eller det *kognitive* public relations paradigme. Kodeordet er offentlig tillid.

Hvilket af de to paradigmer er så det, der mest dækkende indfanger public relations fænomenet? I den konstruktivistiske ånd, som både Habermas' og Luhmanns teorier er udtryk for<sup>321</sup>, må svaret blive: Det afhænger af, hvilke sider af fænomenet man vil indfange. Perspektiverne ser forskellige sider af public relations fænomenet. Og det afhænger af øjnene, der ser. Af det verdenssyn, man bruger som perspektiv.

Habermas og Luhmann er repræsentanter for forskellige verdenssyn. De beskylder tilsvarende gensidigt hinandens teorier for blinde pletter. For Luhmann er Habermas og den 'kritiske' sociologi således ikke teori - endsize *kritisk* teori - men udtryk for en uansvarlig bedreviden:

Es ist ebenso billig wie unverantwortlich, Ideale aufzustellen, denen die Verhältnisse nicht genügen, und dann Klage zu führen über die noch immer nicht eingelösten Versprechen der bürgerlichen Revolution. Ich sehe in dieser Attitüde keine Theorie, geschweige denn kritische Theorie. Geht man statt dessen von der Unwahrscheinlichkeit dessen aus, was so gut wie normal funktioniert, kann man deutlicher und vor allem genauer erkennen, wo das System in Bezug auf seine eigenen strukturellen Erfordernisse inkonsequent und selbst gefährdend operiert.<sup>322</sup>

Habermas indvender til gengæld mod Luhmann, at der

---

<sup>321</sup> Luhmann med større konsekvens end Habermas.

<sup>322</sup> Luhmann, *Soziologische Aufklärung*, 5. bind, Opladen 1970/1990:132 i Kneer & Nassehi:191.

"hinter dem Versuch, Reduktion von Weltkomplexität als obersten Bezugspunkt des sozialwissenschaftlichen Funktionalismus zu rechtfertigen, verbirgt sich die uneingestandene Verpflichtung der Theorie auf herrschaftskonforme Fragestellungen, auf die Apologie des Bestehenden um seiner Bestandserhaltung willen"<sup>323</sup>.

Luhmann tilbageviser Habermas' kritik med, at Habermas kritiserer videnskabelig teori med politiske begreber. Der eksisterer intet kausalforhold mellem videnskabelige udsagn og politiske indstillinger, siger Luhmann, og derfor er det en utilstrækkelig forenkling at tillægge hans teorier særlige politiske implikationer, i stedet for at spørge efter deres teoretiske fortolkningskraft.<sup>324</sup>

Luhmanns holdning har fremprovokeret mange andre angreb for kynisme, konservatisme mv. fra forskere med rod i en normativ tradition, men Luhmann selv fastholder, at det eneste videnskabeligt forsvarlige er at forsøge at **frelægge** sandheden; det er det 'moralsk' eneste gode i et videnskabeligt perspektiv, i al fald hvis man ser samfundet ud fra hans teoris perspektiv, og derfor en pointe, der ligger i naturlig forlængelse af hans teori. For ifølge den eksisterer der intet enhedsperspektiv, og dermed ingen fælles moral.<sup>325</sup>

Men vælger man at se verden i et luhmannsk perspektiv, hvor ingen fælles sandhed er mulig, hvor sociale handlinger er forankret i socialsystemerne, ikke i mennesket, leder det uundgåeligt til spørgsmålet: Hvad er da overhovedet erkendelsesgevinsten ved metateoretiske overvejelser i public relations i et socialsystemisk perspektiv? Hvorfor bruger vi overhovedet ressourcer fx på specialer som dette?

---

<sup>323</sup> Habermas i Habermas & Luhmann, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie*:170.

<sup>324</sup> Jfr. Kneer & Nassehi:45.

<sup>325</sup> I sine teorier advarer Luhmann ligefrem mod moraliseren med den begrundelse, at moralen aldrig kan være fælles og oftest vil føre til strid i stedet for enighed.

### **3. ERKENDELSESINTERESSEN**

I et habermask perspektiv giver indsigt i public relations fænomenet individet mulighed for handling; et intersubjektivt public relations paradigme anviser ligefrem det normative ideal for public relations udøveren, som med indsigten sættes fri af den fremmedgørende systemlogik til at handle i livsverdenens forståelsesrationalitet. Det står her klart, at større indsigt i samfundsmekanismer og handlingsmønstre omkring public relations kan føre til en erkendelse, der stiller involverede i public relations udøvelsen over for et valg; det klassiske valg mellem fri- og fremmedgørelse.

Men hvilken interesse har vi i den erkendelse, vi kan nå til i et systemteorisk perspektiv, hvis vi som mennesker er sat uden for socialsystemerne? Et socialsystemisk public relations paradigme, som jeg har opridset det, synes at give udøveren muligheden alene for at medvirke til at få samfundsmaskineriet til at køre lidt mere velsmurt og så stille sig tilfreds med, at 'bare det fungerer'. For kan vi overhovedet anlægge et kritisk perspektiv på 'vort' system? Ja - for det kendetegner netop mennesker som psykiske systemer, at vi interpenetrerer med utallige forskellige sociale systemer og kan overføre informationer imellem socialsystemer<sup>326</sup>. Derfor kan forskning i public relations overføres fra det videnskabelige system og over i andre systemer, hvor vi finder public relations praktiseret. Her kan det i den videre forskning i public relations fænomenets udvikling være interessant at iagttage og analysere, hvorvidt public relations praksis er i stand til at afkode ud fra en 2. ordens iagttagelse<sup>327</sup>.

Man kan yderligere spinde den tråd, at har public relations systemet udviklet kommunikation af 2. orden, så er den kritiske forskning i public relations et tidssvarende tilbud til public relations systemet om at øge sin refleksive kompleksitet og dermed styrke sin medvirken i den gensidige refleksion, som i dette speciale er skitseret som den centrale funktion for moderne public relations. Således kan denne forskning i et systemteoretisk perspektiv tolkes både som elementer i det videnskabelige systems interne kommunikation, såvel som billeder eller forestillede rum, der udsendes af et andet system - i dette tilfælde det videnskabelige - til brug for refleksionen over public relations fænomenet i andre af samfundets socialsystemer.

---

<sup>326</sup> Münch opstiller en interessant teori om *erhvervsarbejde som en interpenetrationszone mellem økonomi og moral*. Med erhvervsarbejdets stigende betydning for individets identitet overføres moralen via erhvervsarbejdet til økonomien (og omvendt!). Det forklarer den stigende moralske følsomhed i det økonomiske system. Münch, 1994.

<sup>327</sup> Franz Ronneberger erfaring er (hidtil), at praksis' kognitive åbenhed er af 1. orden. Han siger til første nummer af tidsskriftet *Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis*, november 1995: "Meine Erfahrung ist, daß die Praktiker ganz einfach Rezepte wollen, Rezepte und sonst nichts".





## REFLEKSIV EKSURS

### SYSTEM, INTERAKTION ELLER KOMPLEKSITET?

I skitsen til et socialsystemisk public relations paradigme har jeg ikke problematiseret opfattelsen af public relations som et socialt system. Sigtet har været et andet; at iagttage, hvilken funktion public relations kan have i et systemteoretisk perspektiv, og hvilke perspektiver det ville medføre for fortolkningen af public relations praksis, især i kontrast til det habermask funderede paradigme. Det betyder ikke, at jeg ikke er opmærksom på, at det vil have indflydelse på en videre fortolkning, hvorvidt og i givet fald hvordan public relations kan defineres som selvstændigt socialsystem. Imidlertid er det et omfattende analyseprojekt, som jeg kun kan berøre kort inden for dette speciales rammer.

Det vil her være min påstand, at vi kan finde public relations som forskelligartede strukturer. Fremfor således at reducere ved blot at diskutere, om public relations er et socialsystem, så kan vi formentlig indkredse større kompleksitet ved at se public relations i flere systemteoretiske begrebsrammer<sup>328</sup>.

For at kunne selektere i omverdenen - altså identificere de strukturer, det kan være relevant at iagttage - må udgangspunktet være den enhed, vi mener at kunne indkredse for public relations. Den enhed, vi foreløbig kan fastlægge for moderne public relations strukturer - om nogle så (endnu) ikke benævnes public relations - er formentlig, at de

- \* kobler strukturelt eller interpenetrerer med det offentlige kommunikationssystem forstået som kommunikationsprocesser over forestillingen om fælles moralske samfundsmæssige værdier; mediet samfundsansvarlighed
- \* interagerer ud fra en 2. ordens iagttagelse
- \* med det formål at generere offentlig tillid til opdragssystemet

Ud fra denne enhed kan vi vælge at se public relations som et *grundlæggende udviklingstræk* i samfund, der når en vis kompleksitet, hvor gensidig refleksion og offentlig tillid bliver forudsætningen for interaktion. I den forlængelse måske se public relations som en *emergeret interaktionsform*, der tøjler usikkerheden gennem overbevisning.

Eller vi kan se public relations som en *kompleksitet* udviklet i socialsystemer for at gøre disse i stand til at håndtere ændringerne i omverdenen. Public relations strukturer udvider systemgrænserne, så systemet også kan rumme temaet samfundsansvarlighed. Her hjælper Luhmann os med økologien som eksempel til at skelne mellem kompleksitet og system.

---

<sup>328</sup> En del af nedenstående er inspireret af samtaler med Asmund Born, som dog absolut ikke skal drages til ansvar for mine fortolkninger.

Den begrebslige adskillelse mellem system(begreb) og kompleksitets(begreb) er central for den følgende analyse, netop fordi den beskæftiger sig med komplekse systemer. Den, som ikke kan skelne mellem system og kompleksitet, mister tilgangen til økologiens problemkreds. For økologien har at gøre med en kompleksitet, som ikke er noget system, fordi den ikke er reguleret gennem en egen system/omverdensdifference. Netop derpå beror vanskeligheden ved i dette tilfælde at begribe mangfoldighedens *enhed*; den fremstiller sig ikke som selvrefererende system, men konstitueres først gennem iagttagelse henholdsvis indgreb.<sup>329</sup>

Kan public relations så betegnes som kompleksitet; som systemets evne til at iagttage public relations temaer? Formentlig - men ikke kun som kompleksitet.

Måske skal vi se public relations som *et medie - en medløbende kode i socialsystemer* med distinktionen *samfundsansvarlighed eller ej; skabe offentlig tillid/offentlig mistillid*. Det kan vi måske tale om, når public relations manifesterer sig som en tankegang, som en holdning integreret i organisationens beslutningsprocesser. Et medie, der tvinger til 2. ordens iagttagelser, refleksion. Vi kan her også beskrive public relations som en *institutionaliseret form for selviagttagelse*.

Eller er public relations snarere en 1. ordens kode for den særlige form for interaktion, som er emergeret i samfundsevolutionen, med koden at skabe offentlig tillid eller ej, eller at overtale eller ej, altså en slags overtalelseskode; retorik som et bærende *medie* på linie med magt, penge, sandhed osv? Her falder vi med 1. ordens karakteristikken ganske vist uden for den *enhed*, jeg har beskrevet for moderne public relations, men tankeeksperimentet er udfordrende.

Eller kan public relations defineres som et socialsystem? Eller er public relations blot udtryk for, at enkeltindivider kalder deres handlinger public relations - men i øvrigt handler uafhængigt af hinanden, således at der ikke er tale om et system? Emergenzen af et socialsystem kræver etableringen af en difference til omverdenen - meningsgrænser, der gør en forskel på, hvad der giver mening inden for og uden for systemet. Systemet skal kunne processere sig selv som en selvstændig identitet og udefra være at erkende og adressere som sådan. Som Luhmann formulerer det:

Der er faglig konsensus om, at *differencen mellem system og omverden* tjener som udgangspunkt for enhver systemteoretisk analyse. Systemer er ikke kun lejlighedsvist og ikke kun adaptivt, men strukturelt orienteret mod deres omverden og kunne ikke bestå uden omverden. De konstituerer og vedligeholder sig gennem frembringelse og opretholdelse af en difference til omverdenen, og de benytter deres grænser til regulering af denne difference. Uden difference til omverdenen fandtes ej heller selvreference, for difference er selvrefererende operationers funktionsbetingelse. I denne forstand er *grænseopretholdelse systemopretholdelse*.<sup>330</sup>

---

<sup>329</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:28. Min understregning.

<sup>330</sup> Luhmann, *Sociale Systemer*:19.

Måske kan man hævde, at public relations (endnu?) har problemer med at præcisere sin identitet som socialsystem, indadtil som udadtil. Måske er det sådan, at public relations socialsystemets difference til omverdenen (endnu?) ikke er stabiliseret<sup>331</sup>.

Ronneberger & Rühl beskriver public relations' udvikling som socialsystem:

Formodentlig emergerer udviklede samfund først et public relations system, når deres totale samfundsmæssige kommunikationspotentiale har nået et relativt højt kompleksitetsniveau. Så frembringer dette system også særlige public relations strukturer, som så at sige tjener som forråd til at beherske situative public relations kommunikationer. Public relations placerer sig så som arbejde, som fag eller som profession ud fra sine egne kommunikationsformers særlige succesbetingelser, der adskiller sig fra tidligere tider måder at kommunikere på i ligeså høj grad som hverdagslivets måde at kommunikere på.<sup>332</sup>

Postulerer vi public relations som socialsystem - hvilket funktionssystem er det så tilordnet? Vi kan vanskeligt postulere en enhed for public relations som socialsystem, hvis vi finder fænomenet skiftende som udtryk for det økonomiske system, det politiske system, det videnskabelige system osv. I så fald er public relations alene at karakterisere som en af de fænomener, jeg har omtalt ovenfor - en kompleksitet eller en medløbende kode i forskellige andre socialsystemer. Spørgsmålet bliver, om public relations som socialsystem er tilordnet det offentlige funktionssystem - eller hvorvidt der uden for det offentlige kommunikationssystem kan identificeres et særskilt funktionssystem, der som formål har at aflaste interaktionen imellem funktionssystemerne med koden interaktion/eller ej - på dagligdags sprog 'kommunikation/eller ej'? Hvor vi kan indordne forskellig publicistiske discipliner, og hvor vi kan placere public relations?

Eller har retorikken frigjort sig som et selvstændigt system?<sup>333</sup>

Konklusion: Ud fra den enhed, jeg har postuleret for public relations, kan vi formentlig finde public relations som strukturer i samfundssystemet på forskellige stadier som forskelligartede udtryk for samme tendens: Den kontekstregulerede sociale ordens behov for en øget kompleksitet i interaktionen imellem systemer, og tilsvarende en øget systemintern kompleksitet til at modsvare denne.

---

<sup>331</sup> Men ud fra den ovenfor indkredsede enhed kan vi eksempelvis fra public relations udgrænse journalistik, som nok arbejder ud fra koden samfundsansvarlighed, men som ikke er forankret i organisationssystemer uden for det offentlige kommunikationssystem, og markedsføring, som ikke interagerer med det offentlige kommunikationssystem over koden samfundsansvarlighed.

<sup>332</sup> Ronneberger & Rühl:179.

<sup>333</sup> Asmund Born i samtale, juli 1995.



## KILDER OG LITTERATUR

Antonsen, Marianne og Inger Jensen, *Forms of Legitimacy Essential to Public Relations*, i *Management and Competition*, ed. Mogens Kühn Pedersen, Forlaget Samfundøkonomi og Planlægning, Roskilde Universitetscenter, Roskilde 1992.

*Autopoiesis, En introduktion til Niklas Luhmanns verden af systemer*. red. af Jens Christian Jacobsen, Forlaget politisk revy, København 1992.

Bager, Majken F. og Margit G. Gleerup, *Public Relations som samfundsvidenskabeligt genstandsfelt*, public relations speciale, Roskilde Universitetscenter 1991.

Bentele, Günther, *Öffentliches Vertrauen - normative und soziale Grundlage für Public Relations* i Armbrrecht, W. og Zabel, U., *Normative Aspekte der Public Relations*, Opladen 1994

Burkart, Roland, *Public Relations als Konfliktmanagement. Ein Konzept für eine verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit*, Braumüller, Wien, 1993:19-37.

Christensen, Jan Juul, Thomas Falck og Kenneth Skadhauge, *Dialogiske Myter - Mystiske Dialoger*, public relations speciale, Roskilde Universitetscenter 1994.

*Code of Athens*, Code d'Athènes: kodeks verificeret af den europæiske public relations forening CERP og International Public Relations Association på de respektive foreningers generalforsamlinger i Athen, maj 1965.

Danisco, Koncerninformationsafdelingen, *Kommunikationsmål og -politikker*, juni 1995.

Espersen, Jakob, *Politiske partiers strategiske perspektiv*, public relations speciale, Roskilde Universitetscenter 1993.

*Excellence* = James E. Grunig, ed., *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, USA, 1992.

Faulstich, Werner, *Öffentlichkeitsarbeit, Grundwissen: kritische Einführung in Problemfelder*, Wissenschaftler-Verlag, Bardowich, 1992.

Grunig, James E. ed., *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, USA, 1992.

Grunig, James E. og Todd Hunt, *Managing Public Relations*, Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1984.

Habermas, Jürgen, *Theorie des kommunikativen Handelns*, bind I og II, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1981, Neue Folge Band 1988.

Habermas, Jürgen, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, Neuauflage 1990. 1. udgave udkom i 1962 på Luchterhand Verlag, Neuwied.

Hagen, Roar og Erling Sivertsen, *Private Banks in the public discourse*, Sosiologisk tidsskrift, nr. 4 1993, Scandinavian University Presse, Oslo.

Jensen, Inger, *The Nature of Public Relations - and Systems Theory*, foredrag i CERP 1991:6-7.

Jensen, Inger, *Public Relations as a Field of Social Science*, foredrag ved DPRFs konference "Excellent Public Relations" 1993-03-18.

Kneer, Georg og Armin Nassehi, *Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme*, Wilhelm Fink Verlag, München, 1993.

Larsen, Eva Beckmann og Jeanette Spies, *Erhvervslivets Rygter*, public relations speciale, Roskilde Universitetscenter 1994.

Larsen, Sune og Niels Boe Sørensen, *PR FOR PR. En beskrivelse af public relations*, public relations speciale, Roskilde Universitetscenter 1992.

Luhmann, Niklas, *Soziale Systeme, Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1984. 4. oplag 1993.

Luhmann, Niklas, *Sociale Systemer*, Munksgaards Forlag, København 1993. (Oversættelsen er ikke udgivet som bog, men som diskette. Paginering kan derfor formentlig veksle med udprintningen).

Meiden, Anne von der, *The Embarrassment of Advice*, forelæsning holdt i 1994, gengivet i *International Public Relations Review*, Vol 17, #4, 1994, Geneve.

Merten, Klaus, *Begriff und Funktion von Public Relations*, artikel i den tyske public relations branches fagskrift PRmagazin, 11/1992.

Münch, Richard, *Zahlung und Actung: Die Interpenetration von Ökonomie und Moral*, Zeitschrift für Soziologie, Jg. 23, Heft 5, Oktober 1994:388-411. Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie/Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart.

Nørager, Troels, *System og livsverden, Jürgen Habermas' konstruktion af det moderne*, Forlaget ANIS, Århus, 1987

*Public Relations Forum für Wissenschaft und Praxis*, red. Peter M. Gregor, Dr. Kurt Hesse, Werner Wunder, ERMA-Verlag, Nürnberg, 1/1995.

Raffnsøe, Sverre og Ove K. Pedersen: *Udemokratisk demokrati*. Essay i Weekendavisen, 2.-8. juni 1995.

Ronneberger, Franz & Manfred Rühl, *Theorie der Public Relations, Ein Entwurf*, Westdeutscher Verlag, Opladen 1992.

Rühl, Manfred, *Europäische Public Relations* i Armbrecht, W. og Zabel, U., *Normative Aspekte der Public Relations*, Opladen 1994.

Rühl, Manfred, *The Public Relations Cycle in World-Society*, paper for International Public Relations Symposium i Bled, Slovenien, 8.-11. juli 1994.

Szyszka, Peter, *Einführung in die Öffentlichkeitsarbeit*, arbejdspapir Lüneburg Universitet 1995.

Thyssen, Ole, *Penge, Magt og Kærlighed, teorien om symbolsk generaliserede medier hos Parsons, Luhmann og Habermas*, Rosinante/Munksgaard, København 1991.

Thyssen, Ole, *En djævelsk jagttager*, interview med Niklas Luhmann, Politiken 31. juli 1994.

Weber, Johannes, *Unternehmensidentität und unternehmenspolitische Rahmenplanung*, Planungs- und Organisationswissenschaftliche Schriften, Prof. Dr. Werner Kirsch, Universität München, München 1985.

Willke, Helmut, *Systemtheorie: eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer Systeme*, Stuttgart; Jena: G. Fischer, 1993, 4. oplag.

Åkerstrøm Andersen, Niels, *Selvskabt Forvaltning*, licentiatforhandling, Center for Offentlig Organisation og Styring, Handelshøjskolen, 1994.

## SYSTEMTEORETISK ORDBOG

*Autopoiesis*: Græsk for selv-skabelse. Autopoietiske systemer skaber og genskaber sig selv i en lukket proces. Overført til socialsystemer, som skabes og genskabes i form af flygtige elementer såsom beslutninger, afgørelser, ordrer mv i en løbende proces, betyder det, at kommunikationen er en lukket proces. Se også specialets del II, kapitel 1.4.

*Basal selvreference*: Selvreference, hvor adskillelsen mellem element og relation ligger til grund (til forskel fra reflektiv selvreference og refleksion). *Sociale Systemer*:399.

*Differentiering, system-*: Gentagelsen af systemdannelsen i systemet. De delsystemer, der således opstår, optræder så i et gensidigt system/omverdens-forhold.

*Dobbelt kontingens*: Begrebet dobbelt kontingens er centralt hos Luhmann. Det er en videreudvikling af Parsons' teori om problemet med betingelserne for muligheden for handlinger ved fordoblingen af kontingens i interaktion og kommunikation. Når to systemer med hver sin kontingens skal interagere, opstår der dobbelt kontingens - i princippet en uendelig række muligheder af selektioner og reaktioner og derfor usikkerhed: "Ego erfarer alter som alter ego. Han erfarer med perspektivernes ikke-identitet, men samtidig identiteten af denne erfaring på begge sider. For begge er situationen derved ubestemmelig, instabil, utålelig." *Sociale Systemer*:107.

*Element*: "Elementerne, som et system består af, har ingen varighed. De må uophørligt reproducere gennem disse elementers system. Det går langt ud over en blot erstatning af uddøende dele og er heller ikke tilstrækkeligt forklaret ved henvisning til omverdensforhold. Det drejer sig ikke om tilpasning, det drejer sig ikke om stofskifte, det drejer sig om en egenartet tvang til autonomi, der er givet af, at systemet i enhver, altså selv i en nok så gunstig omverden, ligefrem ville ophøre med at eksistere, hvis de til tiden knyttede elementer, som det består af, ikke var udstyret med tilslutningsmulighed, altså med mening, og således kunne reproducere. Der kan gives forskellige strukturer herfor, men kun sådanne kan sætte sig igennem, der retter sig mod denne tendens til øjeblikkelig (ikke blot lidt efter lidt, entropisk) opløsning." *Sociale Systemer*:12. "Element er altså altid det, som for et system fungerer som en ikke yderligere opløselig enhed. (Selv om det, mikroskopisk betragtet, er højkomplekst sammensat). 'Ikke yderligere opløselig' betyder samtidig, at et system kun kan konstituere og ændre sig gennem sine elementers relationering, men ikke gennem deres opløsning og reorganisering." *Sociale Systemer*:22. *Kommunikation* er sociale systemers elementer, dvs. deres ikke yderligere opløselige sidsteenheder.

*Emergens*: Begrebet emergens betegner fremkomsten af et nyt ordningsniveau, som ikke kan forklares ud fra egenskaber af det materielle og energetiske grundlags egenskaber. "Emergent soll eine Ordnung oder eine Eigenschaft heißen, wenn sie aus der bloßen Aggregation von Teilen oder aus den summierten Eigenschaften der Teile nicht mehr erklärbar ist." Willke:154. "Emergens er følgelig ikke simpel akkumulation af kompleksitet, men derimod nedbrydning og genopbygning af kompleksitet." *Sociale Systemer*:23.

*Etik*: Moralens **refleksionsteori**. Med etik forstår Luhmann den krævende, elaborerende beskrivelse, som indlader sig på moralens problemer og forsøger at reflektere over dem. I modsætning til den filosofiske tradition, som ved etik hovedsageligt forstår arbejdet med **begrundelsen** af moralske domme.

*Evolution*: Betegner et systems strukturændringer gennem selvrefentiel håndhævelse af selektion og variation.



*Funktion:* Et socialsystems dynamiske aspekt, nemlig de sociale processer, som garanterer systemets opretholdelse og stabilitet i en foranderlig omverden.

*Funktionsstrukturelle metode, den:* Luhmann baserer sig på Parsons strukturfunktionelle metode (se denne), men sætter funktion før struktur og kalder sin systemteori funktionsstrukturel. Den funktionelle analyse træder stærkere frem, mens den strukturorienterede synsvinkel træder i baggrunden.

*Iagttagelse:* En operation, som består af de to momenter skelnen og betegnelse. At iagttage noget betyder således at betegne noget inden for rammerne af en distinktion (skelnen). Hver iagttagelse er bundet til en blind plet. Iagttageren benytter en distinktion, som han imidlertid ikke kan betegne ved hjælp af denne skelnen og således ikke kan iagttage. - At iagttagelse er en systemintern operation markerer konstruktivismen. Se også specialets del II, kapitel 1.5

*Information:* En information kommer altid i stand, når en selektiv hændelse (af intern eller ekstern art) virker selektivt i systemet, dvs. kan udvælge systemtilstande. Det forudsætter evnen til orientering ved differencer, som på sin side synes bundet til en selvrefererende operationsmodus i systemet. "A 'bit' of information is definable as a difference which makes a difference, siger Bateson. Det betyder, at differencer som sådanne begynder at virke, når og for så vidt de kan behandles i selvrefererende systemer som information." Sociale Systemer:34.

*Interpenetration:* "En intersystemrelation mellem systemer, som gensidigt hører til hinandens omverden. [...] Vi vil tale om penetration, når et system stiller sin egen kompleksitet [...] til rådighed for opbygningen af et andet system. I nøjagtig denne forstand forudsætter sociale systemer 'liv'. Interpenetration foreligger tilsvarende, når dette sagsforhold er givet gensidigt, når altså begge systemer muliggør sig, ved at de bringer deres forudkonstituerede egenkompleksitet ind i det respektive andet." Sociale Systemer:189. Günther Teubner fortolker således (jfr. Åkerstrøm Andersen:125) Luhmanns interpenetrationsbegreb til alene at omhandle strukturel kobling mellem radikalt forskellige typer systemer. Der er stor uenighed om præcise afgrænsninger og definitioner på begreberne interpenetration og strukturel kobling hos systemteoretiske forskere, men enighed om, at begreberne ikke er færdig-udviklede hos Luhmann.

*Kommunikation:* Socialsystemernes interne selektion af, hvad der er meningsfuldt. Enheden af information, meddelelse og forståelse. Sociale systemers elementer, dvs. deres ikke yderligere opløselige sidsteenheder. Sociale systemers kommunikation og psykiske systemers bevidsthed forbliver omverden for hinanden. Se også specialets del II, kapitel 1.3.

*Kompleksitet:* Grundbegrebet i den funktionsstrukturelle systemteori. Det betyder helheden af alle mulige begivenheder og tilstande. Noget er komplekst, når det kan antage mindst to tilstande. Mellem den yderste verdenskompleksitet og den menneskelige bevidst er der et gabende stort hul. Det er her, de sociale systemer træder i funktion. De overtager den opgave, der hedder reduktion af kompleksitet. Sociale systemer formidler altså mellem den ubestemte verdenskompleksitet og det enkelte mennesket kompleksitetsforarbejdningskompleksitet. "En sammenhængende mængde af elementer betegner vi som kompleks, når hvert element på grund af immanente indskrænkninger i elementernes tilslutningskapacitet ikke til enhver tid kan sammenknyttes med ethvert andet. [...] 'Organiseret kompleksitet' betyder intet andet end kompleksitet med selektive relationer mellem elementerne." Sociale Systemer:24. Se også specialets del II, kapitel 1.1.

*Kontingens*: "Kontingent ist etwas, was weder notwendig ist noch unmöglich ist; was also so, wie es ist (war, sein wird), sein kann, aber auch anders möglich ist." Soziale Systeme:152. Dette, 'at noget andet også ville være muligt'.

*Medløbende selvreference*: Den selvreference, som er påkrævet ved al autopoiese, er altid kun *medløbende selvreference*. "Ren selvreference forstået som 'kun og udelukkende relateren til sig selv', er umulig. Ville en sådan forekomme, ville den aftautologiseres ved ethvert vilkårligt tilfælde. Man kunne også sige, at ville det forekomme, så var alle tilfælde redundante og funktionelt ækvivalente i henseende til bestemmelsen af det ubestemte." Sociale Systemer:401.

*Mening (Sinn)*: Sociale og psykiske systemer forarbejder kompleksitet i form af mening/Sinn. Med mening forstås den fortløbende proces af differencen mellem aktualitet og mulighed. Mening er en selvreferentiel foreteelse: Mening henviser stadig til Mening og ikke til ikke-mening, "Verweisungen auf weitere Möglichkeiten des Erlebens und Handelns". Sociale Systemer:93. Luhmann definerer mening som et "overskud af henvisninger til videre muligheder for at opleve og handle." Soziale Systeme:93. Sinn kan også oversættes med *betydning*, tilsvarende på engelsk med sense eller meaning (ikke med opinion). "Soziale Systeme sind *sinnhaft* identifizierte Systeme. Ihre Grenzen sind nicht physischer Natur (obgleich natürlich physische Grenzen, etwa solche territorialer Art, Sinnengrenzen symbolisieren können), sondern sind Grenzen dessen, was in Sinnzusammenhängen relevant sein kann... Sinn ist eine bestimmte Strategie des selektiven Verhaltens unter der Bedingung hoher Komplexität." Soziale Systeme:141.

Meningen får sit eget liv i form af systemet, sin egen berettigelse, som der efterhånden ikke længere stilles spørgsmål ved. Meningen er styrende for, hvad systemet vælger at lade gælde som verden, som en håndterbar virkelighed. Mening er dermed en hjælp til at kunne selektere i universet af muligheder; *identificerede forventningsstrukturer*. Se også specialets del II, kapitel 1.2.

*Moral*: Den kommunikation, som opererer med distinktionen **god/dårlig** hhv. **god/ond** og dermed bringer menneskelig **agtelse** eller **misagtelse** til udtryk.

*Operation*: "Reproduktion betyder altså ikke blot gentagelse af den samme produktion, men refleksiv produktion, produktion ud fra produkter. For tydeligere at accentuere, at der ikke menes den uforandrede opretholdelse af systemet, vil vi betegne reproduktionen af de hændelsesbestemte elementer for *operation*." Sociale Systemer:40.

*Organisationssystemer*: "Socialsystemer som reproducerer sig over medlemskabsbetingelser og beslutningsteknikker. - Organisationssystemer danner en anden type handlingssystemer. Sociale systemer kan betegnes som organiserede, når medlemskab er knyttet til bestemte betingelser. [...] Ved hjælp af medlemskabsbetindelser lykkes det organisationen "hochgradig künstliche Verhaltensweisen relativ dauerhaft zu reproduzieren". Luhmann i Soziologische Aufklärung, 5. bind, Opladen 1970/1990-2:12. En vigtig funktion for organisationer ligger altså i at fastlægge særlige handlingsforløb, som man ikke kan forvente på samme måde i organisationssystemets omverden, og dermed gøre organisationen beregnelig for medlemmer såvel som ikke-medlemmer. Jfr. Kneer & Nassehi:43.

*Personer*: Er ikke systemer, men kommunikationens identifikationspunkter. Sociale systemer sikrer sig interne tilknytningspunkter ved at opfatte kommunikationer som (meddelelses)handling og tilregne dem enkelte personer. Personer er altså konstruerede enheder, som tjener til adfærdsforventning og tilregning af dette, men ikke psykiske systemer og slet ikke komplette mennesker.

*Program:* "[...] vorgegebene Bedingungen für die Richtigkeit der Selektion von Operationen." Luhmann, *Ökologische Kommunikation*, Opladen 1986:91 i Kneer & Nassehi:133. Programmering åbner systemet for eksternt mening. "Mit Programmen entscheidet das Teilsystem über die Zuweisung von Codewerten." Kneer & Nassehi:141.

*Proces:* "Processer (og procesbegrebet defineres ved dette) kommer i stand ved, at konkrete selektive hændelser opbygges tidligt på hinanden, knytter sig til hinanden, altså indbygger forudgående selektioner henholdsvis forventelige selektioner som selektionspræmisser i enkeltselektionen." Sociale Systemer:37.

*Psykiske systemer:* Autopoietiske systemer, hvis ikke videre opløsbare sidste-enheder er tanker hhv. forestillinger. Bevidsthedselementerne har begivenhedskaraktér, dvs. de er kun af kortere, momentan karakter.

*Reduktion af kompleksitet:* Sociale systemers centrale funktion. Indskrækning (Abbau) eller formindskelse af de mulige tilstande eller begivenheder. Sociale systemer reducerer verdenskompleksiteten, idet de udelukker muligheder. Således kan ikke alle mulige tilstande og begivenheder optræde i systemet. Ved at reducere mulighederne, så gør sociale systemer det lettere for de deltagende personer at orientere sig. Sociale systemer er altså 'Inseln geringerer Komplexität' (Luhmann, *Soziologische Aufklärung*, 5. bind, Opladen 1970/1990 1:116 i Kneer & Nassehi:41) i en overkompleks verden. Grænserne mellem system og omverden markerer således samtidig et kompleksitetsfald. Omverdenen er altid mere kompleks end systemet.

*Reference:* "'Referencens' begreb skal bestemmes på en måde, som går i retning af begrebet iagttagelse. Vi vil dermed betegne en operation, som består af adskillelsens og betegnelsens elementer (distinction, indication i Spencer Browns betydning). Det drejer sig altså om betegnelsen af noget i konteksten af en (ligeledes operativt indført) adskillelse fra noget andet. Det at referere bliver til det at iagttage, når adskillelsen benyttes til at vinde information om det betegnede (hvilket i almenhed kræver mere snævert begrebne adskillelser). Normalt vil det at referere være styret af en iagttagelsesinteresse, altså en informationsgevinstinteresse; vi vil imidlertid på trods heraf bibeholde den terminologiske adskillelse, for at give mulighed for at kunne anvende begreber som systemreference og selvreference uden implikation af iagttagelsesmuligheder og iagttagelsesinteresser." Sociale Systemer:396-397.

*Refleksion:* Produktion af selvforståelse i forhold til omverdenen. Systemet tematiserer sig selv, finder sin identitet i sin særlige funktion, og forstår sig selv som omverden for andre systemer. I det kontekstsregulerede samfund fører refleksion til selvrestriktion af egne operative muligheder gennem hensyntagen til overlevelses- og udviklingsmuligheder hos andre systemer (= kontingenskontrol). "Vi vil tale om refleksion, når adskillelsen mellem system og omverden ligger til grund. Kun i refleksionens tilfælde opfylder selvreferencen systemreferencens kendetegn, kun her overskæres de to begrebers område. I dette tilfælde er selvet det system, som den selvreferentielle operation tilregner sig. Den fuldbyrder sig som operation, ved hvilken systemet betegner sig selv i adskillelse til sin omverden. Det sker fx i alle former for selv fremstilling, hvor den antagelse ligger til grund, at omverdenen ikke uden videre accepterer systemet, sådan som det ønsker at forstå sig selv." Sociale Systemer:399. "[...] når sociale systemer orienterer sig mod sig selv - mod sig selv i difference til deres omverden. Vi betegner altså det tilfælde, hvor systemreference og selvreference falder sammen, som refleksion. [...] Refleksion kræver med andre ord indførelsen af differencen mellem system og omverden i systemet. Hvis dette sker ud fra denne differences enhed, vil vi tale om rationalitet." Sociale Systemer:407. Se også specialdelens del II, kapitel 1.7.

*Refleksiv (processuel) selvreference:* Selvreference, hvor adskillelsen mellem før og efter elementære hændelser ligger til grund. Sociale Systemer:399. Til forskel fra basal selvreference og refleksion.

*Samfund:* "Gesamtheit aller erwartbaren Kommunikationen." Soziale Systeme:535. Alle interaktionssystemer og alle organisationssystemer hører til samfundet, uden at man kan

sige, at samfundet går op i interaktioner hhv. organisationer. Samfundet er ikke noget interaktionssystem, da det naturligvis også omfatter handlinger mellem for tiden fraværende. Og samfundet er heller ikke et organisationssystem: Man kan ikke træde ind eller ud af samfundet. Samfundet er mere end summen af alle interaktions- og organisationssystemer, for i samfundssystemet optræder en mangfoldighed af handlinger, som ikke frembringes af interaktions- hhv. organisationssystemer. Samfundet er et system af højere orden, en anden type system. Jfr. også Kneer & Nassehi:43.

*Samfundsstruktur:* Et samfunds differentieringsform i delsystemer såvel som den form, det gensidige forhold tager mellem delsystemerne, mellem delsystemerne og totalsamfundet, og delsystemet til sig selv. Jfr. Kneer & Nassehi:122.

*Selviagttagelse:* Indføringen af system/omverden-differencen i systemet, som konstituerer sig ved hjælp af denne selviagttagelse; og den er samtidig det operative moment for autopoiesen, fordi det ved elementernes reproduktion må sikres, at de reproduceres som systemets elementer og ikke som noget som helst andet. Sociale Systemer:32.

*Selvreferenc:* Betegner den enhed, som et element, en proces, et system er for sig selv. Sociale Systemer:29. Et system kan man betegne som selvrefererende, hvis det selv konstituerer de elementer, som det består af, som funktionsenheder. Sociale Systemer:30. Der er tre former for selvreferenc: basal selvreferenc, reflektiv (processuel) selvreferenc og refleksion. Jfr. Sociale Systemer:399.

*Socialt system:* Når flere personers handlinger knyttes sammen, opstår der altid et socialt system med en særlig mening/betydning, som afgrænser sig fra omverdenen gennem denne mening/betydning. Sociale systemer er autopoietiske systemer, som i en rekursiv-lukket proces fortløbende producerer kommunikation af kommunikation. Det sociale udgør ifølge denne forståelse et selvstændigt, emergent ordningsniveau. Se også specialets del II, kapitel 1.

*Struktur:* De systemelementer, som er uafhængige af kortfristede svingninger i forholdet system-omverden. (Parsons). - **Struktur** og **proces** er to former for selektionsforstærkelse i sociale systemer. Strukturer opfylder denne funktion gennem eksklusion, processer opnår en forselektion gennem udvalget af passende tilslutningsmuligheder. Strukturer indskrænker det principielt uendelige antal tilslutningsmuligheder til et forventeligt omfang. "Strukturer tager sigt på, at mulighedernes åbne kompleksitet med hensyn til at forbinde ethvert element med alle de andre indsnævres til 'gældende', sædvanlige, forventelige, gentagelige eller på anden måde foretrukne relationer. De kan gennem denne selektion give anledning til yderligere selektion, idet de reducerer mulighederne til givne overskuelige konstellationer." Sociale Systemer:37.

*Strukturel kobling:* Denne særlige betegnelse for en relation mellem to systemer indebærer, at strukturelt koblede systemer er henvist til hinanden, men samtidig opererer de autonomt og forbliver altså omverden for hinanden. Man taler altså om strukturel kobling for at betegne et særligt afhængigheds/uafhængighedsforhold mellem systemer. Luhmann har i sin senere litteratur erstattet Parsons' term *interpenetration*, som han fx brugte i Sociale Systemer, med strukturel kobling. Se også specialets del II, kapitel 1.6

*Struktur-funktionelle metode, den:* En sociolog undersøger ifølge denne metode først strukturerne i et socialt system, for at angive de funktioner, som må være opfyldt for at bevare systemet. Denne metode angiver altså de strukturelle rammer for, om handlingsprocesserne styres funktionelt eller dysfunktionelt. Det sociale systems fortsatte beståen er øverste problem i den struktur-funktionelle analyse. Metoden er udviklet af Talcott Parsons siden 1930erne.

*System:* Helheden af en mængde elementer og deres relationer til hinanden. Men for Luhmann rækker "den gamle forestilling om, at systemer består af elementer og relationer mellem elementerne", ikke. "Fuldbyrdelsen af relationeringer kræver af kompleksitetsgrunde selektioner, således at den ikke bare kan lægges til elementerne. Relationens fuldbyrdelse tjener elementernes kvalificering med henblik på et udsnit af deres muligheder. Systemet indeholder med andre ord, som kompleksitet, et mulighedsoverskud, som

det reducerer selvselektivt. Denne reduktion bliver fuldbyrdet i kommunikative processer, og hertil behøver systemet en 'mutualistisk' grundorganisation - dvs en tilordning af sine elementer til kommunikationsduelige komplekser." Sociale Systemer:33.

*Verden:* "Die Sinneinheit der Differenz von System und Umwelt." Soziale Systeme:238.