

PUBLIC SERVICE KRÆVER BÅDE 'PUBLIC' OG 'SERVICE'



Erik Nordahl Svendsen
Public service – i praksis
og i fremtiden
Forlaget Ajour 2010
245 sider, 268 kr.

Public service – i praksis og fremtiden er klar formidling af vigtige forskningsprojekter om public service. Bogen henvender sig til alle med interesse for mediernes indhold og kvalitet, og som ønsker at forstå, hvad public service går ud på, dens udfordringer og betydning for vores samfund.

Overskriften i denne anmeldelse kan virke pinlig banal. Men satser public service-medier meget bredt, bliver de betragtet som kommercielle og mister derved legitimitet. Satser de meget snævert, bliver de marginaliserede og mister ligeledes legitimitet. Det redegør Anker Brink Lund for i analysen af 'Den svære balancegang – public service mellem stat, marked og civilsamfund'.

Public service er ikke kun knyttet til DR og TV2(-regionerne), men går ud på at opfylde bestemte formål og funktioner, som medier pålægges. Public service handler om idealer for, hvilken rolle de elektroniske medier bør spille.

Henrik Søndergaard pointerer, at der i disse år foregår en meget vigtig politisk og økonomisk kamp om, hvilken rolle public service-medierne skal spille. Denne kamp behandler Frands Mortensen i redegørelsen for EU's holdning til nye audiovisuelle medietjenester som en del af public service-opgaven; analysen giver også indsigt i EU's afgørelser om TV2.

Hans-Henrik Holm, Kate Kartveit og Flemming Svith undersøger public service-nyhedsformidling. Det handler om at sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat, om at spejle danskerne samt om nyhedsformidling, der stimulerer seere/lyttere til at deltage i demokratiske processer og den offentlige debat. De konkluderer, at TV2 og DR er under pres af bl.a. nye koncepter, der fokuserer på afgrænsede målgrupper og formidlingsform.

Læs hele anmeldelsen på
www.kommunikationsforening.dk



Af redaktionschef
Poul Carlsbæk,
Odense Kommune

MISSION LEDELSE



Jens Moberg og
Trine Beckett
Mission ledelse
L&R Business
217 sider, 475 kr.

Bogen 'Mission ledelse' giver et indblik i nogle af de udfordringer og dilemmaer offentlige ledere står overfor. Bogen spiller sammen med en udsendelsesrække af samme navn, som blev vist på DR2 i efteråret 2010.

I bogens første del beskriver forfatteren Jens Moberg sit syn på ledelse, om hvor vigtigt det er, at du som leder tegner et klart rejsemål, udstikker rejsens betingelser og får lederskabet til at hænge sammen med værdierne. Jens Moberg beskriver også, at man som leder ikke skal være bange for at bede om hjælp til at blive en bedre leder og få klarhed over, hvor ens styrker og kompetencer ligger, og hvor man har behov for hjælp. Hvis man beder om hjælp, udviser man ærlighed og derved selvtillid.

Hverdagens ledere

I bogens anden del beskrives fem konkrete cases fra offentlige ledere, der har 'turdet' bede om hjælp til at løse deres ledelsesopgave. En række af Danmarks ledelseseksperter (Jannick B. Pedersen, Tune Hein, Søren Brandt, Linda Larsen og Birgit Jung) er blevet sat på som konsulenter, og sammen med lederne har de fundet frem til nye veje og måder, hvorpå lederne og deres medarbejdere kan nå deres fælles ambition. Søren Brandt har fx hjulpet Lene Wichmann, som er ledende oversygeplejerske på en akut modtageafdeling på Odense Universitetshospital. Hun havde store problemer med travlhed, stress og højt sygefravær hos hendes medarbejdere og ville gerne skabe en arbejdsplads, hvor der ikke var stress, men rum til udvikling af medarbejderne og afdelingen. Søren Brandt hjalp med at skabe mere engagement og stolthed blandt medarbejderne, tydeliggjorde succeskriterier samt igangsatte mere fleksible vagtplaner og mere selvledelse hos medarbejderne.

Praktisk ledelsesbog

'Mission ledelse' er en meget praksisorienteret ledeshåndbog, som fungerer godt, hvis man ønsker konkrete cases og løsningsmodeller til de daglige ledelsesopgaver. På trods af medvirken fra nogle af landets førende ledelseseksperter indeholder den et minimum af teorier, men er heller ikke tænkt som en egentlig ledelsesteoribog.



Af kommunikationsrådgiver
Kirsten Grumstrup,
Økonomistyrelsen

ÆRLIGE PLUK FRA LITTERATUREN OM SAMTALE OG RELATIONER



Lars Borgmann og
Michael Stig Ørbech
Livgivende samtaler
og relationer
Hans Reitzels Forlag
191 sider, 275 kr.

I min optik er det sjældent, at en fagbog er personlig skrevet. Der er løbende eksempler på situationer, forfatterne selv har oplevet, og der er hele 7 sider bagerst, hvor forfatterne selv skriver om, hvorfor de selv tror, de er landet hvor de er. Dette gør denne fagbog meget ærlig, nærværende, og læseværdig.

Bogen vil give redskaber til, hvordan du og jeg kan få bedre samtaler. Det vil sige, hjælp til hvad du kan gøre for, at dine samtaler bliver bedre. Vi bliver introduceret til flere forskellige teorier, som forfatterne selv synes er brugbar og har fungeret for dem - og for dem de har trænet og undervist. Det er på en måde befriende ikke at skulle holde sig strengt fagligt til et emne eller retning. Og det er vel sådan, de fleste fagfolk gør, når de træner og underviser? Her skriver de så også en bog, som kan hjælpe og give indsigt i egne samtaler.

I første del kommer vi igennem en kort og redskabsorienteret beskrivelse af den systemiske tænkning, den anerkendende tilgang og mennesket i samtalen. Der bliver henvist til de oprindelige forfattere (Senges, Bateson, Lang, Gergen, Maturana, Kierkegaard, Foucault, Løgstrup m.fl.) og også til danske formidlingsbøger om emnerne. Anden del er Værktøjskassen. Her kommer vi ind på kontrakten for samtalen, nærvær, lytten, spørgsmål empatisk feedback og det reflekse øje. Sidstnævnte primært om mindfulness og meditation.

Man skal ikke læse denne bog for at blive introduceret til teorierne. Men fordi man gerne vil have gode råd og redskaber. Hvilken den giver på en let læselig og ærlig måde.



Af kommunikationsrådgiver
Signe Bonnén,
Artefakt Kommunikation

OPLEVELSESØKONOMI



Jan Halberg Madsen
Oplevelsesøkonomi
Systeme
112 sider, 172,50 kr.

Oplevelsesøkonomi er det seneste trin i den økonomiske udvikling og måske den, vi i fremtiden skal leve af her i Danmark, når industriproduktionen flager ud til Kina og andre lavtlønsområder.

Hvis man er blank på det emne og vil vide mere, kan man med fordel begynde med Jan Halberg Madsens nye bog 'Oplevelsesøkonomi'. Jan Halberg Madsen har arbejdet med oplevelsesøkonomi inden for turistindustrien, og i bogen øser han i rigt mål af både sin praktiske og teoretiske viden på området.

Bogen tager sit udgangspunkt i de to amerikanske økonomer B. Joseph Pine og James H. Gilmore, som er de ultimative ophavsmænd bag begrebet oplevelsesøkonomi. Den teoretiske introduktion er absolut spise- lig for begyndere, og det samme må siges om bogens øvrige afsnit, der beskæftiger sig med forbrugeren i oplevelsesøkonomi, konceptudvikling og informationsteknologi.

Jan Halberg Madsen har meget i posen til læseren. Måske lidt for meget på de kun 100 sider, der er afsat til det omfattende emne. Det er en stor styrke, at teksten er spræng- fyldt med nærværende og kendte cases fra forskellige brancher, og der er mindst én ind- bydende illustration på hvert eneste opslag. Det opleves nærmest til et bombardement, og derfor mister man let overblikket i de mange eksempler og begreber, som forfatter- ren præsenterer på den knappe plads.

Men bogen er skrevet i et let tilgængeligt sprog, og den er en frisk introduktion til dem, der vil stifte bekendtskab med oplevel- sesøkonomien, og som måske senere vil for- dybe sig.



Af partner
Ole Schmidt Pedersen
Firstline Communication

SLIP NØRDERNE LØS



Josh Bernoff og Ted Schadler
Empowered - Slip dine
medarbejdere løs i de sociale
og mobile medier
L&R Business
280 sider, 475 KR.

Endelig kom bogen, der ikke bare er for de idesprudlende nørdere, men også for kommu- nikations-, marketing- og ITchefer, der skal lede dem. Og som skal rådgive en tøvende, men også nysgerrig direktion om, hvordan organisationen eller virksomheden finder en forretningsvej gennem de sociale og mobile medier.

Empowered klæder mig i den grad på som rådgiver og leder: Man får konkrete værktøjer til, hvordan man laver en sammen- hængende strategi til at komme i dialog med kritikerne, kunderne, medlemmerne, opini- onsdannerne. Det er lettere sagt end gjort, for det kan være et stort forhindingsløb in- ternet. Man kan få vrøvl med IT-afdelingen, som man altid skal gøre sig gode venner med. Juristerne i virksomheden kan også være en barriere. Der er mange – ikke altid særligt gode – grunde til, at virksomheden undlader at komme i gang og bliver en aktiv spiller i netværkssamfundet. Med bogen får den ansvarlige chef et kompas.

Empowered har en række tankevækken- de eksempler på, hvordan bare een utilfreds kunde kan vælte alt, hvis ikke virksomheden straks går i dialog med vedkommende. Det er der ikke noget nyt i – det fænomen er vel- beskrevet. Det nye er, at bogen meget kon- kret gennemgår metoderne til at møde kun- derne, hvor de er – virtuelt – og hvordan man gør dem til ambassadører bagefter. Bo- gen fortsætter, hvor en anden amerikansk klassiker 'Groundswell' – på dansk 'under- dønning' – slap.

Den insisterer på et paradigmeskifte in- den for ledelse: Netværkssamfundet kan ikke mødes med top down-beslutninger i virk- somheden, men ved at give dygtige medar- bejdere de rette rammer inden for IT, kom- munikation, salg og marketing.

Ledelsesopgaven bliver med andre ord at slippe medarbejderne løs.



Af kommunikationsrådgiver
Peter Mose,
Mose Kommunikation

IPAD BOGEN – ALT DET DU SKAL VIDE OM DIN IPAD



Peter Jensen
iPad Bogen - alt det du
skal vide om din iPad
Libris
227 sider, 299 kr.

Lad det være sagt med det samme: Hvis du ikke har, eller skal have, en iPad, så kan det muligvis give mening at købe iPad Bogen, så du kan finde ud af, hvad Apple-ideen hand- ler om. Har du derimod en iPad, en iPhone eller en mac-computer, har du ikke brug for bogen.

Bogen er delt op i 12 kapitler

- 1/ Første kapitel handler om, hvordan man tænder iPad'en og oplader
- 2/ Om brug af internettet
- 3/ Om tastaturet
- 4/ Om at skrive mails
- 5/ Om billeder
- 6/ Om film og video
- 7/ Om musik
- 8/ Om at læse bøger og magasiner. Herunder lidt om aviser. Jeg har selv stor glæde af at læse aviserne på iPad'en om morgenen på vej i toget. Bøger på dansk er det til gengæld ikke til at opdrive.
- 9/ Om iPad'en som værktøj, på kontoret og i dagligdagen. Her gennemgås det, der er af tekst-, powerpoint- og regnearksprogram- mer. Det kan bruges, men vi venter stadig på office-pakken til iPad.
- 10/ Om spil
- 11/ Om tips
- 12/ Om fejlfinding

Alle kapitler består af fotos af et skærmbille- de med en kort tekst under, der forklarer, hvad man ser på skærmen. Alle kan være med og forstå. Jeg ledte dog forgæves i bo- gen efter noget, jeg ikke vidste eller ikke selv kunne regne ud. Hele pointen med Apples- produkter er jo at 'what you see is what you get' og så en ekstrem brugervenlighed.



Af direktør
René la Cour Sell,
Danmarks
Naturfredningsforening