

## Kære abonnent

En læser af det seneste nyhedsbrev skrev forleden til mig og erklærede sig uenig i min påstand om, at det nye mediebillede er det rene slaraffenland for de professionelle kommunikatører (læs kommentaren [her](#)). Læseren finder tværtimod det udvidede mediebillede forvirrende, fordi det nu bliver langt sværere at ramme sin målgruppe. "Man kan måske godt få en forside – men det er bare tilfældigt, hvem der ser den", som vedkommende skriver. Sytten (mere eller mindre) landsdækkende medier er hverken godt for spindoktorerne eller læserne.

\*\*\*

## Forvirring

Ingen tvivl om, at den direkte kommunikation fra eksempelvis en politiker til flokken af potentielle vælgere godt kan forstyrres af, at den enkelte vælger nu kan hente sine nyheder eller debatstof fra endnu flere medier. Hver enkelt læser har utvivlsomt et mætningspunkt – se for eksempel hvordan folk i stimer styrer uden om de desperate uddelere af MetroXpress' eftermiddagsudgave. Men samtidig udvider de nye medier muligheden for at få en god historie op at køre. Allerede nu kan man mærke det i morgenradioen, hvor der sjældent går en dag uden at enten Dato eller 24Timer citeres. Også den øvrige trykte presse følger med i gratisaviserne. Og spreder kommunikatørens historie sig først til de aftennyhederne, får den samtidig (mindst) endnu en dags levetid i de store dagblade.

Jeg vil gerne medgive, at de nye gratisaviser i nogen grad forvirrer billedet. De gamle redaktioner er for tiden affolkede, og de nye er vist kun sporadisk kørt ind. Derudover betyder manglen på avisbude, at hverken nye eller gamle aviser rigtigt kommer ud til læserne. Ingen meningsdannere har endnu fundet ud af, hvad gratisaviserne vil ud over at sælge annoncer. Og Nyhedsavisen, der satser større end alle andre, er slet ikke på gaden endnu. Altså: Billedet er slet ikke fuldstændigt og stadig noget forvirrende. Men i det øjeblik en historie fra Dato eller 24Timer bliver genfortalt i en af tv-stationernes nyhedsudsendelser, vil jeg nu betragte min påstand som bevist.

Nok er det tilfældigt, hvem der ser forsiden på Dato, 24Timer eller Nyhedsavisen – eller for så vidt Jyllands-Posten, Politiken eller Berlingske Tidende. Men redaktørerne og journalisterne på de elektroniske medier ser dem formentlig hver eneste dag. Og får man som professionel kommunikatør først dem i gyngen, er det rent home run. Så spiller de enkelte avislæsere en mindre rolle.

\*\*\*

## Hønen, ægget og den politiske forbruger

Forholdet mellem politikere og medier er igen og igen genstand for opmærksomhed og undren. Hvem styres af hvem, og hvorfor halser den ene part hele tiden efter hinanden? Og hvad med vælgerne - landets borgere, der dog spiller en afgørende rolle for, hvordan der ser ud på tinge?

Læs kommentaren [Hønen, ægget og den politiske forbruger](#)

\*\*\*

### Valggyser i det svenske

Valget i Sverige har ifølge de fleste medier udviklet sig til en rigtig gyser. Hvilket valg de seneste 40 år gør i øvrigt ikke det i hvert fald i medierne ...? Men gysen i Sverige er denne gang tilført ekstra krydderi i form af en spionskandale, der truer med at sende den borgerlige alliance direkte tilbage i opposition, hvor de kom fra. Svenske folkepartister har nemlig hacket sig ind i socialdemokraternes intranet og ad den vej kunnet aflure valgstrategien. Socialdemokraterne har tilsyneladende kendt til lækken i nogen tid, men valgte alligevel at udskyde afsløringen – og pressemødet – indtil forrige søndag kl. 24. Den sene seance var placeret få timer efter, at den borgerlige statsministerkandidat, Fredrik Reinfeldt, havde været i tv-krydsild og derfor naturligt burde tiltrække sig opmærksomhed. Havde det ikke været for midnatsgysen ...

Ser vi på dagens prognose fra Sifo, er der imidlertid mest gys i, at skandalen ikke har flyttet nogen vælgere. Der er stadig så godt som dødt løb mellem fløjene: Socialdemokraterne og deres støttepartier, Vänsterpartiet og Miljöpartiet, står til 46,7 procent af stemmerne, mens Alliansen fører med et enkelt procentpoint, nemlig 47,7 procent.

Vi venter spændt på resultatet d. 17. september.

Velkommen på [politiskkommunikation.dk](http://politiskkommunikation.dk)

\*\*\*

### GODE IDÉER MODTAGES GERNE

Vi modtager meget gerne forslag til emner, vi skal tage op, gode citater, links m.v. Send dit [forslag på mail](mailto:info@serritzlevsprog.dk).

### Politiskkommunikation.dk drives af Serritzlev Sprog

Emil Pipers Vej 14 | 2800 Kgs. Lyngby  
E-post: [info@serritzlevsprog.dk](mailto:info@serritzlevsprog.dk) | Hjemmeside: [www.serritzlev.dk](http://www.serritzlev.dk)

Vil du afmeldes nyhedsbrevet? Så send en mail [her](#).