

Analyse af taler

(-En oversigt over relevant teori til at anvende til en analyse af taler...)

Retorik betød oprindeligt læren om god talekunst, men i dag forstås det i en bredere betydning, nemlig i betydningen: læren om, hvordan man kommunikerer godt, hensigtsmæssigt og overbevisende - i både tale og skrift og andre udtryksformer.

Når den dygtige retoriker skal forberede en tale eller skriftligt debatindlæg, så lader han sig vejlede af følgende spørgsmål: hvordan får jeg sagt eller skrevet det, jeg vil sige, på en måde, så det fanger og overbeviser tilhøreren eller læseren?

Retorik har måske stadig en biklang af manipulation og forførelse. Jævnligt hører vi politikere omtale udsagn fra andre (politiske modstandere!) som 'ren retorik' i betydningen 'tom tale'. Det er en forkert måde at bruge ordet på. 'Tom tale' er bare dårlig retorik. Retorik er læren om at tale godt - det vil sige forståeligt og overbevisende.

Vi åbner munden for at blive hørt. Ordet 'person' kommer af 'persona' som på latin oprindeligt betød 'munden på skuespillerens maske', og stemmen lød igennem (latin: per sonare) munden. Denne sammenkobling af mennesket og stemmen er tankevækkende. Vi ér vores lyd så at sige.

I antikken var undervisning først og fremmest undervisning i retorik. Så grundlæggende var det at kunne tale godt. Mange af retoriklærerne var professionelle taleskrivere, såkaldte *logografer*. De skrev taler som andre fremførte. Hvis man ikke selv magtede at skrive sin tale, kunne man henvende sig hos dem.

Retorikkens virkefelt var og er altså ikke bare talen, men også skriften - og den er ikke bare skriften, men også talen. Talen var inddelt efter ganske bestemte principper som er nedfældet i *Rhetorica Ad Herennium* (ca. 86-82 f.Kr.) som var en sammenfatning på latin af hellenismens skoleretorik. Værket består af fire bøger.

Den første bog handler bl.a. om retorikkens fem discipliner. Det er slående hvor brugbare de stadig er som en inddeling af journalistikkens arbejdsfaser.

De fem er:

1. INVENTIO: at fremskaffe stof

2. DISPOSITIO: at ordne stoffet
3. ELOCUTIO: at give stoffet en virkningsfuld sproglig form
4. MEMORIA: at indøve og huske
5. ACTIO: at fremføre talen

Man taler indenfor retorikken traditionelt om tre måder man kan appellere til modtageren på - de såkaldte appelformer, der blev formuleret af retorikkens grundlægger, den græske filosof Aristoteles (384-322 f.v.t.):

1. **Logosappellen** - hvor man taler til modtagerens fornuft (logik). Taleren bruger saglige argumenter, taler i neutrale vendinger og understøtter fx sine argumenter med faktuelle oplysninger, fx statistiske.
2. **Etosappellen** - hvor taleren søger at fremstå troværdig og tillidsvækkende. Taleren kan slå på sine gode egenskaber ved fx at forsøge at fremstå som et moralsk menneske, der vil det gode og retfærdige. Eller ved at bestræbe sig på at opbygge et image som pålidelig eller en autoritet i forhold til sagen det drejer sig om.
3. **Patosappellen** - som bruges når taleren vil påvirke modtageren følelsesmæssigt. Her forsøger taleren at vække følelser hos tilhøreren som medlidenhed, forargelse, længsel, skyldfølelse osv.

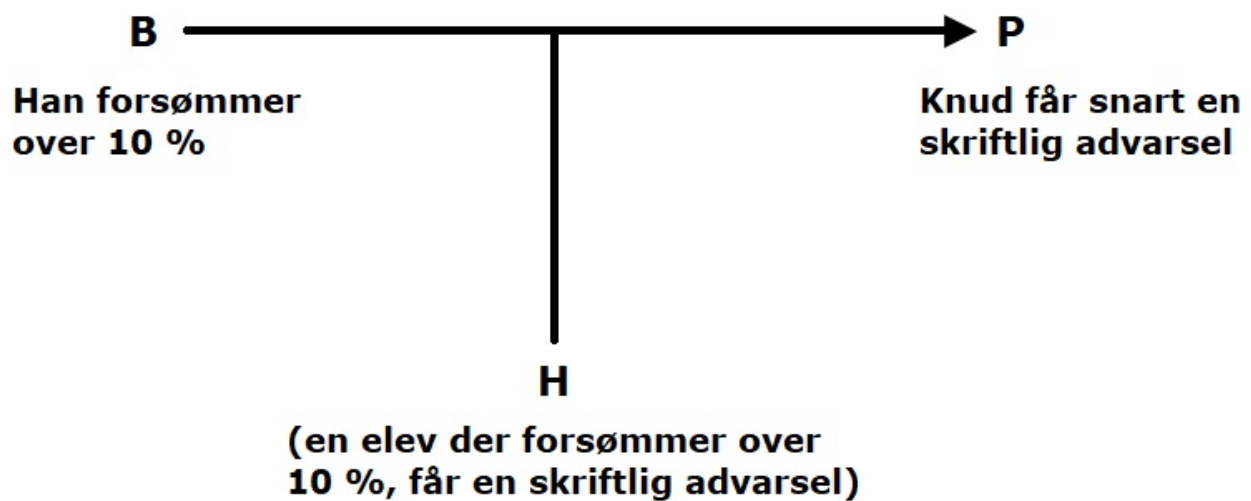
Ud over appelformerne er der også følgende andre virkemidler til at fange tilhørerne:

- **Allusion:** Skjulte referencer til fx Bibelen, sange, salmer
- **Anafor:** Sætninger begynder med samme led. Eksempel: Her vil ties. Her vil bies. Skaber rytme, sammenhæng, fremhæver
- **Antitese (kiasme):** Modsætninger også som antonymer: krig, fred - sort, hvid; kiasme efter det græske bogstav khi, X, virker bedst på skrift. Eksempel: sommeren er varm og kold er vinteren. Anskueliggør, forenkler
- **Apostrofe:** Højtidelig anråbelse. Eksempel: O store Aand!. Dramatiserende
- **Arkaiserende sprog:** Bevidst brug af gammeldags sprog
- **Besjæling:** Hvor døde ting får menneskelige egenskaber (stenen græd). Virker anskueliggørende
- **Rim:** Enderim, allitteration (konsonantrim), assonans (vokalrim). Skaber rytme

- **Epanastrofe:** En sætning slutter med det samme ord, som den næste begynder med. Eksempel: Vi længes efter drømmen. Drømmen om en bedre fremtid. Skaber rytme, sammenhæng, fremhæver
- **Epifor:** Identisk gentagelse i slutningen af sætningen. Skaber rytme, sammenhæng, fremhæver
- **Exclamatio:** Udråb. Eksempel: Åh, hvor er det skønt!. Dramatisk effekt, følelsesbetonet
- **Gentagelse:** Virker forstærkende, indprentende
- **Hyperbel:** Overdrivelse. Eksempel: Det er fandme godt!
- **Ironi:** Ordene siger et, men betyder noget andet. Skaber samhørighed; modstanderen forstår koden
- **Litote:** Underdrivelse. Eksempel: Det er ikke så ringe endda
- **Metafor:** Et udtryk eller en vending der er sammensat af to forskellige forestillingsområder (druens blod), eller hvor et billedligt udtryk bruges i stedet for selve sagen (politisk dødvande, moralsk sump, flaskehals). Virker anskueliggørende
- **Oxymoron:** Sammensætning af to ord der modsiger hinanden. Eksempel: en lovlig forbrydelse
- **Personifikation:** Et udtryk eller en vending hvor abstrakte forhold fremstilles som menneskelige væsener(døden er en gammel mand, lykken er en kvinde). Virker dramatiserende
- **Retorisk spørgsmål:** Spørgsmål der ikke kræver svar, men som skal fange opmærksomheden. Skaber eftertanke, inddrager modtageren
- **Sammenligning:** Eksempel: dine læber er som sommerfuglevinger. Virker anskueliggørende
- **Symbol:** Udtryk og vendinger som repræsenterer almene forestillinger (rosen: kærlighed, duen: fred). Virker anskueliggørende
- **Tautologi:** Gentagelse med variationer v. h. a. synonymmer. Eksempel: Der findes ikke den sag, det emne, det område som... . Virker forstærkende, indprentende
- **Triade:** Tre led. Eksempel: Friends, romans, countrymen. Skaber rytme, sammenhæng, fremhæver.

(Af Jørgen Bøge, lektor på Viby Gymnasium (Argumentationsoversigten er hentet fra nettet og ovenstående er udarbejdet på Viby Gymnasium af Jørgen Bøge.).

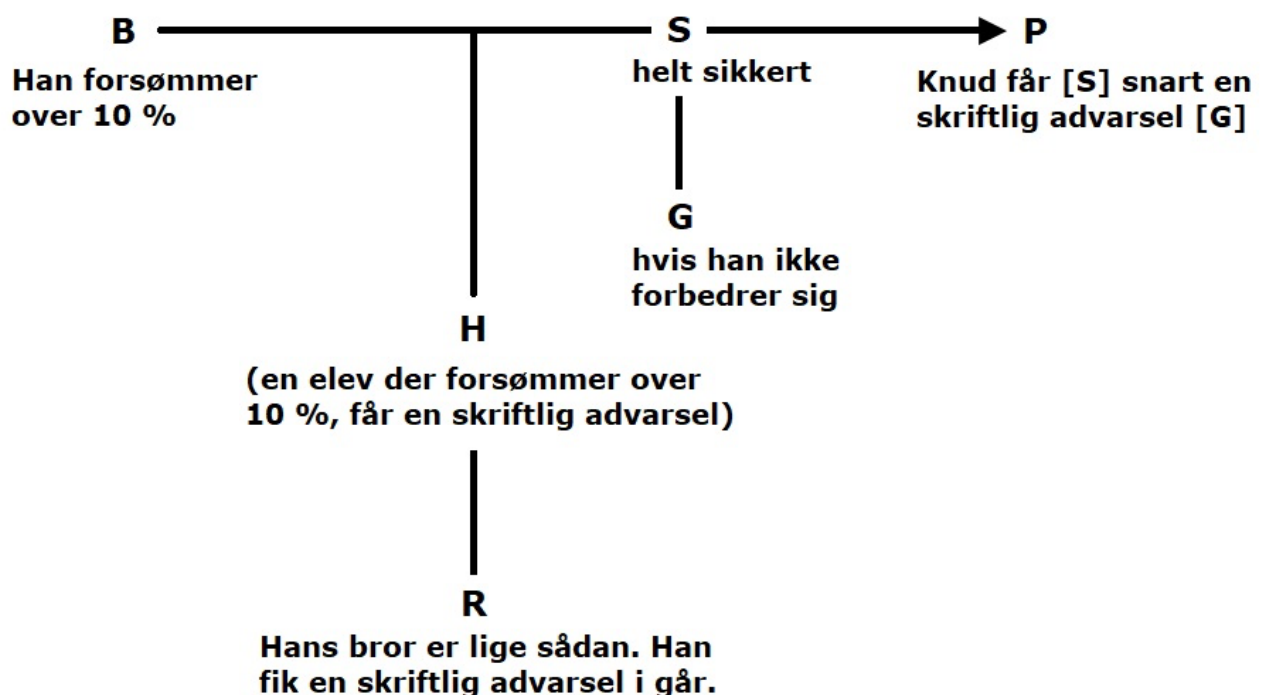
- at forholde sig kritisk til andres synspunkter
- at gennemskue strukturen og vurdere kvaliteten af argumenterne i fx reklamer, artikler og taler
- at opbygge, strukturere og styrke dine egne argumenter, fx i en skriftlig opgave eller i en tale



- **Påstand (P):** *derfor, af den grund, som følge heraf, heraf ses* m.fl.
- **Belæg (B):** *fordi, på grund af at, da* m.fl.

- **Hjemmel (H)**: *eftersom, som vi jo alle ved* m.fl. (Husk at hjemlen ofte er implicit....spørg derfor dig selv: hvad binder påstanden og belægget sammen? Det kan være en social/kulturel konstruktion, som både afsender og modtager er bekendt med. Hjemlen er også værdifuld at finde, hvis man skal argumentere imod et argument: dvs. den kan være en vej til at finde en svaghed i argumentationen.

Den udvidede argumentationsmodel



Modellens nye elementer er:

- **Rygdækning (R)**: man bakker sit argument op med yderligere et (eller flere)

- **Styrkemarkør** (S): man styrker argumentet ved fx at understrege sin overbevisning om at det er sandt
- **Gendrivelse** (G): man styrker argumentet ved at vise at man allerede har tænkt et modargument ind - man styrer modstanden derhen hvor man ved at man kan slå den ned

Brug modellerne med omtanke! Dvs, brug dem til at *kortlægge hovedargumentet* i en tekst! Og dét finder du ikke ved hjælp af en model, men kun ved at læse teksten grundigt og kritisk!

Argumentationsform i skriftlig dansk

At karakterisere vil sige at slå ned på særegne træk. Hvis en skriftlig opgave (oftest kronikken) kræver en karakteristik af argumentationsformen, har den indbygget en forventning om, at du kan gennemskue og formidle hvilke aspekter ved tekstmaterialet, der er centrale i forhold til de synspunkter, det præsenterer. Husk, at sagprosattekster, debatterende tekster, kronikker o.l. ligesom skønlitterære tekster taler med deres egne stemmer. Din opgave ligger altså i at formidle tekstens/teksternes særlige sproglige, stilistiske og/eller argumentatoriske kendetegn.

Det kan indbefatte:

- appelformer: patos, etos, logos
- argumentation: påstand, belæg, hjemmel (evt. styrkemarkører, rygdækning, gendrivelse)
- argumentationstyper, fx: mængdeargument, ekspertargument, deskriptionsargument, erfaringsargument, skræmmeargument (se nedenfor)
- brug af eksempler
- ironi
- sarkasme
- humor
- ordspil
- bevidst brug af parataktiske eller hypotaktiske sætningsstrukturer - eller skift mellem disse
- brug af farvede, forstærkende eller indignerende adjektiver

- retoriske spørgsmål
- intertekstualitet
- iøjnefaldende brug af tegn
- høj stil (højt lixtal og mange fremmedord/tekniske begreber/fagterminologi)
- lav stil (lavere lixtal, brug af jargon, bandeord, latrinære og vulgære udtryk)
- brug af troper og figurer

... og meget andet: **Brug øjnene og din sunde fornuft! Gå målrettet efter det der er bemærkelsesværdigt ved netop denne tekst og undgå at bruge denne liste (eller andre af samme slags) slavisk!**

Du må gerne kombinere redegørelsen for tekstens synspunkter med karakteristikken af dens argumentationsform. Den bedste fremstilling får du når du får form og indhold til at spille sammen, og det gør du ved at bruge dine konkrete iagttagelser af tekstens virkemidler til at formulere dig om sammenhængen mellem form og indhold i teksten.

Argumentationstyper (argumentkneb)

Her er nogle af de mest brugte argumentationstyper:

- **ekspertargument** (læger, videnskabsmænd m.fl.)
- **chefargument** (politiet, læreren, forældrene, Gud)
- **referencegruppeargument** / **idolargument** (f.eks. rockmusikere, fodboldspillere)
- **auroritetsargument** (ligelig blanding af ekspert-, idol- eller chefargument)
- **ad-hominem-argument** (personlige positive egenskaber, fx pålidelig, ubestikkelig)
- **mængdeargument** (stort antal, fx "ni ud af ti", "nu set af 500.000")
- **deskriptionsargument** (fra beskrivelse af enkelttilfælde til generalisering)
- **trusselsargument** (straf, fyring, uheld)
- **lykkeargument** (ungdom, rigdom, evig elskov)
- **frygtargument** (modsat lykkeargument)
- **generaliseringer**
- **banaliteter**

Vi bruger nogle gange betegnelsen argumentkneb om dem, men *undgå at forholde dig moraliserende* til dem. Analysens mål er at finde dem og beskrive hvordan de bruges, hvordan de virker, og hvilket formål de tjener.

Talehandlinger/ Sproghandlinger (Searl og Austens teori) i argumentationssammenhæng

Man skelner mellem fem typer af talehandlinger/sproghandlinger:

1. **Konstativer**: - fx *påstå, informere, gengive, fortælle, forklare* - dvs. konstateringer af hvordan afsenderen opfatter tingene; de markerer overbevisning, men kan også opfattes som udtryk for påståellighed.
2. **Direktiver**: - fx *beordre, spørge, anmode, råde, kræve* - direkte og ærlige forsøg på at fremkalde en reaktion, anvisninger på hvordan tingene bør opfattes; de markerer ærlighed omkring formålet, men kan også virke styrende og kommanderende.
3. **Kommisiver**: - fx *love, garantere, nægte, sværge* - dvs. forpligte sig til at gøre noget; de kan virke beroligende, men kan også give tab af troværdighed hvis de ikke følges op af handling.
4. **Ekspressiver**: - fx *lykønske, rose, undskylde, beskyld* - dvs. udtrykke sine følelser; de kan gøre teksten personlig og afsenderen nærværende, men kan også kamme over og give en fornemmelse af noget useriøst og manipulerende.
5. **Deklaration**: - dvs. erklæringer, som er mere formelle og på et højere niveau end kommisiver; de står og falder med afsenders autoritet til at fremsætte dem.

Toulmins argumentationsmodel

En moderne tilgang til argumentationsteknik findes i en argumentationsmodel, som benævnes Toulmins argumentationsmodel.

Modellen er udviklet af Stephen Toulmin og kan på dansk studeres nærmere i udgivelsen 'Praktisk argumentation' af Charlotte Jørgensen og Mette Onsberg, 1999, Nyt Teknisk Forlag.

Ifølge Toulmin er et argument bygget op af to dele:

1. Information som afsender søger modtagers tilslutning til, altså en **påstand**
2. Information som af afsender søger at underbygge sin påstand med, altså et **belæg**

Disse to grundelementer kædes i argumentationen sammen med et tredje element, nemlig argumentationens **hjemmel**(også kaldet "underbelæg"). Hjemmelen behøver ikke at være mundtligt formuleret - den kan i lige så høj grad være indeholdt implicit (= skjult, men underforstået) i belægget.

Hjemmelen er en henvisning til et generelt princip eller kendt faktum, som skal fungere som begrundelse for at belægget.

Et helt simpelt eksempel på en sådan kommunikation kan være:

Den anklagede siger: *Jeg skal frifindes...* (**Påstand**)

Den anklagede siger: *... for jeg har ikke gjort noget ulovligt.* (**Belæg**)

Hjemmelen i ovenstående eksempel er den implicitte henvisning til, at man ikke skal dømme uskyldige.

Argumentets sproglige form

Argumentet kan med lige stor succes fremsættes i flere forskellige sproglige former. Eksempelvis behøver påstanden ikke at blive fremført før belægget.

Eksempelvis:

- *Jeg skal frifindes!* (Fremsættende)
- *Skal jeg ikke frifindes?* (Spørgende)
- *Frifind mig!* (Bydeform)

Hvis argumentet indledes med påstanden, vil belægget oftest blive indledt med "da", "fordi" eller "for".

Hvis argumentet derimod indledes med belægget, vil påstanden ofte blive indledt med "derfor", "for" eller "så".

Eksempelvis:

Jeg har ikke gjort det, jeg er anklaget for, derfor skal jeg frifindes.

Hjemmelen kan formuleres særskilt (explicit), men fremtræder ofte implicit i belægget. Hvis hjemmelen formuleres explicit, indledes den fx med "eftersom" eller "i henhold til" (eller med samme adverbier (biord) som når et almindeligt belæg fremsættes, altså fx 'da', 'idet', 'fordi', 'for' mv.).

Eksempelvis:

Eftersom man skal frifindes, hvis man ikke er skyldig i anklagen, skal jeg frifindes i denne sag.

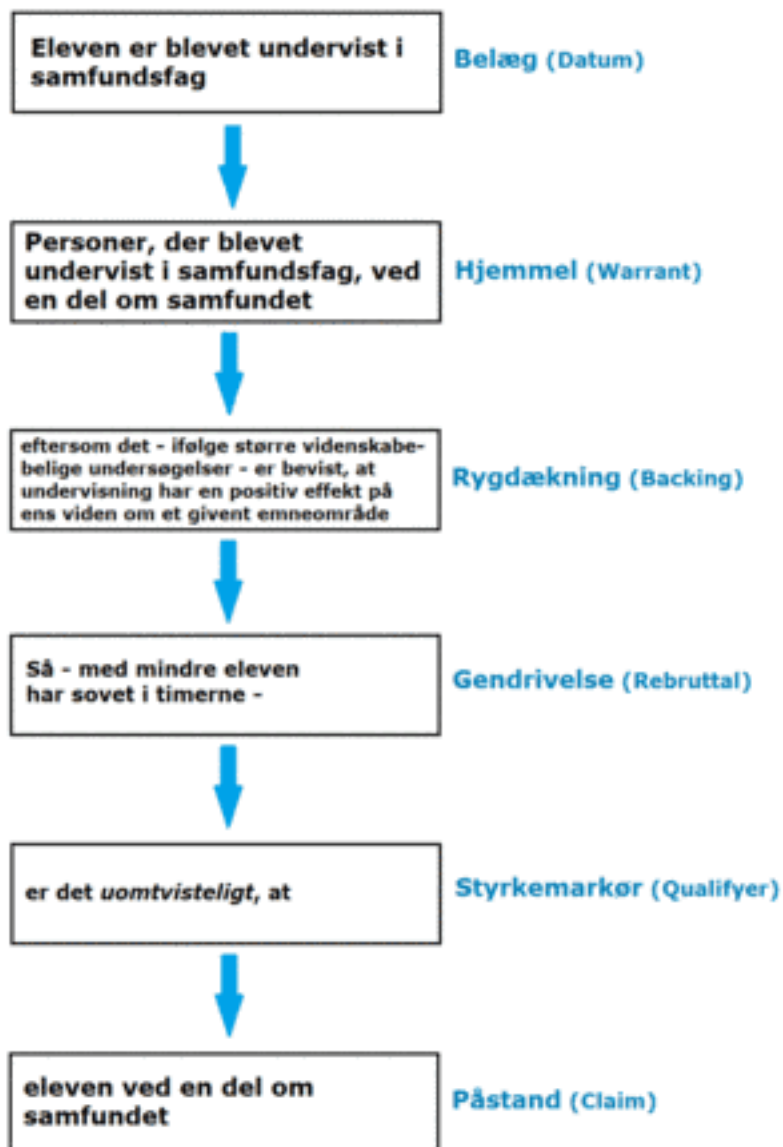
Grafisk opstilling

For yderligere at eksemplificere Toulmins argumentationsmønster kan det være fordelagtigt at opstille en eksempelkommunikation i et skema som nedenstående. (I skemaet nævnes både de danske og internationale betegnelser inden for argumentationsteknik):



Udvidet model

Ovenstående model kan udvides, idet argumentationen kan kvalificeres yderligere ved anvendelse af andre elementer, specifikt **styrkemarkører** (Qualifiers) og **rygdækning** (Backing). Endvidere kan den skematiske opstilling anvendes til at give et overblik over, hvorledes argumentationsfølgen kan **gendrives** (Rebuttal). (Se modellen for forklaring):



Gendrivelse og forebyggelse af modargumenter

Gendrivelsen er vigtig i argumentationen. I den gode argumentation tager afsenderen nemlig hensyn til de punkter i sin argumentation, der kan gendrives, og anvender disse specialtilfælde til sin egen fordel. Her vil gendrivelsen altså virke til yderligere at styrke afsenderens argument.

Gendrivelsspunktet er dog også det sted, hvor modstanderen kan indsætte egne modargumenter med størst fordel. Derfor skal afsenderen altid have gennemtænkt mulige punkter til gendrivelse, således at afsenderen på den måde foregriber modstanderens modargument.

Ren Logik (Syllogisme)

Syllogisme er den klassiske logik - oprindeligt etableret af den græske filosof Aristoteles (384-322BC). Aristoteles skrev mange værker om logik og leverede mange taler og forelæsninger for sine elever.

Efter Aristoteles død blev hans skrevne værker og forelæsninger centrum for en hel filosofisk retning. I år 40 før Kristi fødsel samler filosofen Andronicus Rhodus (som betyder Andronicus fra Rhodos) hovedparten af Aristoteles værker om logik til en samlet udgivelse, nemlig "Organon".

I den del af "Organon", som kaldes "Analytica Priora", fremfører Aristoteles sine tanker om en ren form for logik, hvor man ad logikkens vej kan nå frem til nye sande antagelser ved at kombinere eksisterende sande antagelser. Denne rene form for logik benævnes syllogisme.

Eksempel:

Alle mennesker er fejlbarlige (Major Præmis / Hjemmel / Warrant)

Filosoffer er mennesker (Minor Præmis / Belæg / Datum)

Filosoffer er fejlbarlige (Konklusion / Påstand / Claim)

Ovenstående eksempel er en såkaldt kategorisk syllogisme, derved at begge præmisserne er kategoriske (tillader ikke nogen undtagelser)

Hvis man sammenligner med begreberne fra Toulmins model, vil man se, at de to præmisser svarer til henholdsvis hjemmel og belæg. Konklusionen, som drages ud fra de to præmisser, svarer ligeledes til påstanden i den Toulminske argumentationsmodel.

Begreberne 'Major Præmis' og 'Minor Præmis' ses enkelte gange oversat med de danske begreber 'oversætning' henholdsvis 'undersætning'.

Den rene logik (syllogismen) går videre end ovenstående enkle eksempel. Aristoteles opsummerer udtømmende, hvilke muligheder der findes for sammensætning af forskellige argumenter (265 i alt!) ud fra ovenstående argumentationsmodel. Videre kendskab til den syllogiske argumentationsmodel er dog - i vores moderne samfund - hovedsagelig et emne for filosoffer og historikere, da denne stringente form for logik er erstattet af den naturvidenskabelige

arbejdsmetode. (Især den Boolske algebraiske logik har overtaget meget af den prestigeposition, den klassiske logik havde førhen).

Overbevisende argumentation

Den syllogiske logik har som formål at nå frem til sande resultater - den moderne argumentationsteknik har i højere grad som mål at overbevise mennesker!

Hvis man udelukkende fokuserer på, at ens argumentation skal overbevise - uanset om ens påstand er sand eller ej - kan man isolere fire forskellige strategier for at gennemføre denne argumentation:

1: Argumentation ved eksempel

At argumentere ud fra eksempler er i virkeligheden blot at generalisere ud fra nogle enkelte observationer.

Ser man eksempelvis 3 grå krager, vil man kunne generalisere og fremføre, at alle krager er grå, hvilket dog er fejlagtigt - der findes sorte krager.

Argumentation ved eksempel skal altså benyttes med forsigtighed - og kun fremføres, når man har tilstrækkelig mange forskellige eksempler at generalisere fra!

2: Argumentation ved analogi

Analogi-argumentationen benyttes, når man sammenligner et område med et andet.

Eksempelvis kan en medarbejder i en bankvirksomhed blive kritiseret for ikke at være "holdspiller". Herved skabes en analogi mellem bankens virkelighed og en anden virkelighed, nemlig sportens. Idet det er almindelig kendt, at sport handler om at vinde, og at holdspil kræver samarbejde, har man derved etableret et argument, for at vedkommende medarbejder skal samarbejde med øvrige medarbejdere, for at banken kan opnå succes (vinde).

Historisk har argumentation ved analogi været benyttet i kirkelige sammenhænge til at bevise! eksistensen af en Gud:

Smukke og gode huse har skabere: intelligente arkitekter og håndværkere. Verden er ligesom et smukt og godt hus. Derfor må verden også have en skaber, en intelligent arkitekt og håndværker, Gud.

(Denne argumentation forudsætter dog, at man accepterer, at verden i skabelsesmæssig henseende kan sammenlignes med byggeprocessen for et hus...).

3: Kausal argumentation

Ved kausal argumentation henfører man sit argument til en påstået årsagssammenhæng. Altså; hvis en bestemt "årsag" er til stede, vil denne efterfølges af en bestemt "konsekvens".

Kausal argumentation benyttes meget ofte - og benyttes samtidigt meget forkert! For at det kausale argument skal være et reelt argument, skal der være en virkelig kausal sammenhæng mellem årsag og konsekvens.

Et åbenlyst eksempel på en fejlagtig kausal argumentation:

Person x falder ofte i søvn efter at have taget nattøj på.

Selvom udsagnet på sin vis kan siges at være sandfærdigt - det er meget sandsynligt, at person x ofte falder i søvn efter at have taget nattøj på - så er der ikke nogen årsagssammenhæng mellem tilstedeværelsen af nattøjet og det at falde i søvn. Begge faktorer er derimod afhængige af to andre unævnte faktorer, nemlig at det er sent på dagen, og person x er søvnig!

(På et lidt mere avanceret niveau kan årsagssammenhænge opdeles i de deterministiske og stokastiske sammenhænge:

- *De deterministiske sammenhænge* er de sikre sammenhænge - altså forhold, vi kan være fuldstændigt sikre på: (Eksempelvis: Person X springer ud fra Rundetårn -> Person X falder nedad).
- *De stokastiske sammenhænge* er sammenhænge, som er sandsynlige - og for at bruge disse sammenhænge seriøst i en argumentation skal man helst i nogen grad kunne henvise til korrekte statistiske analyser).

4: Deduktiv argumentation

Deduktiv argumentation er den argumentationsform, som kommer tættest på den rene logik. Hvor alle de øvrige argumentationsformer på én eller anden måde har krævet, at modtageren af budskabet har været enig i eksemplernes gyldighed, ekspertens autoritet eller analogiens rigtighed, er den deduktive argumentation udelukkende baseret på logik. Den vil altid enten være sand eller falsk.

Eksempel:

- *Når det regner, bliver man våd*
- *Det regner*
- *Altså bliver vi våde*

Dette kan omskrives til en mere generel form:

- *Hvis A så B A gælder*
- *Derfor gælder også B*

(Der findes meget mere arbejdskrævende eksempler på logisk argumentation. Ovenstående er blot medtaget for at vise en simpel form. Den deduktive logik er én af de argumentationsformer, der har sine rødder direkte tilbage til Aristoteles. Den simple argumentationsform som vist ovenfor benævnes med Aristoteles begreb "Modus ponens").

Specielle tilfælde

Reduction ad Absurdum (Føre tilbage til det meningsløse)

Udgangspunktet for denne teknik er et udsagn, som man ikke mener er sandt. Teknikken går derefter ud på at antage, at udsagnet rent faktisk er sandt, og derefter udlede logiske konsekvenser fra dette udsagn. Herved kan man fremkomme med en usand eller meningsløs konklusion, hvormed man beviser, at det oprindelige udsagn ikke kan være sandt.

Eksempel:

Vi tvivler på, at verden har en skaber på samme måde som et hus har en skaber.
Lad os antage, at verden rent faktisk har en skaber på samme måde som huse.
Heraf følger, at Gud ikke er perfekt, fordi verden ikke er perfekt.

Men Gud kan kun være perfekt - det ligger i gudsbegrebet.

Altså har verdenen ikke en skaber på samme måde som et hus har det.

Ad hominem argumentet (Mod mennesket)

Udgangspunktet for denne argumentationsteknik er at dreje fokus fra sagen til personen. Teknikken er meget benyttet i politik!

Ad hominem argumentet kan benyttes i mediemæssig henseende til at køre hetz på en bestemt person. Ekstremer inden for denne argumentationsform findes i den amerikanske præsidentvalgkampagne.

Hvor "Reduction ad Absurdum" er en fuldgældig accepteret teknik inden for stringent logik, er Ad hominem argumentet mere et ufint kneb, som benyttes til at overbevise tilhængere i politisk henseende, uden at man egentligt kan argumentere rationelt for sin sag.

Cirkelbeviset

Ligesom Ad hominem argumentet er cirkelbeviset ikke en accepteret logisk argumentationsteknik - det er nærmere en fejltype, som man helst skal holde sig fri af!

Det klassiske cirkelbevis forekommer, hvis man benytter det samme udsagn i både belæg og påstand.

Eksempelvis:

Dette er en fremragende kage (påstand), *for jeg kan lide den* (belæg)

God argumentation – hvad definerer den gode argumentation?

God argumentation kan bedømmes på følgende punkter:

1. Om argumentationen er **korrekt**
2. Om argumentationen er **effektiv**
3. Om argumentationen er **interessant**
4. Om argumentationen er **redelig (sandfærdig)**

En effektiv kommunikation er dermed ikke nødvendigvis nogen god kommunikation.

Eksempelvis var nazisternes propagandaprogram under anden verdenskrig både effektiv - og formentlig også interessant, siden de kunne vinde så stor tilslutning. Argumentationen var derimod ikke korrekt og slet ikke redelig (sandfærdig).

Det er af stor vigtighed for et demokratisk samfund, at borgerne er i stand til at analysere de argumentationsfølger, politikerne fremfører gennem medierne. Jo større mulighed borgerne har for at analysere og gennemtænke de argumenter, der vælges, desto større mulighed har borgerne for at forhindre, at de forkerte politikere får magten (sammenlign ligeledes med Hitlers vej til magten i førkrigstidens Tyskland)

Generelt gælder i øvrigt, at jo større magtasymmetri (ubalance i magtforhold), der er mellem afsender og modtager i kommunikationsforløbet, desto større risiko er der for, at kommunikationen er omfattet af uredelige og ukorrekte argumenter.

Argumenttyper:

I almindelig argumentation findes der en række typiske måder at argumentere på, som har at gøre med, hvilken hjemmel eller generel regel, der ligger bag belæggene. Vi kan f.eks. se noget som et tegn på noget andet, vi kan se noget som en årsag til noget andet. Vi kan slutte fra enkelte eksempler til alle osv.

I det følgende vil vi præsentere otte almindelige argumenttyper, og desuden vil vi se på nogle argumenttyper, man betegner som fejltyper eller kneb.

Almindelige argumenttyper:

- Tegnargumentet
- Årsagsargumentet
- Klassifikationsargumentet
- Generaliseringsargumentet
- Sammenligningsargumentet
- Autoritetsargumentet

- Det moderne/nye-argumentet
- Motivationsargumentet

Fejltyper og kneb:

- At gå efter manden...
- Afledningsargument
- Glidebaneargument
- Stråmandsargument
- Cirkelslutning
- Ordvalgsargumenter

Almindelige argumenttyper

1. Tegnargumentet

Her argumenteres der med, at to ting optræder sammen på en sådan måde, at det ene er et tegn eller et symptom på det andet. Det kan være røg i skorstenen, vi ser som et tegn på, at der er nogen hjemme. Eller det kan være Peters muskuløse krop, vi ser som et tegn på, han er bodybuilder. I begge tilfælde er der måske stor sandsynlighed for, at vi har ret i vores påstande (om at der henholdsvis er nogen hjemme og at Peter er bodybuilder), men vi kan på den anden side ikke være fuldstændig sikre.

2. Årsagsargumentet

Her argumenteres der med, at en ting er årsag til, at en anden ting sker. Hvis vi f.eks. påstår, at man får hvide tænder, når man bruger Colgate, så er der tale om et årsagsargument, hvor noget er årsag og noget andet er virkning. Her er det vigtigt at spørge til, hvad afsenderen bygger sin viden om årsagssammenhænge på. Er der undersøgelser eller viden, der kan begrunde årsagssammenhængen?

3. Klassifikationsargumentet

Her argumenteres der med, at det der gælder for alle eller for mange i en klasse eller gruppe, også må gælde for den enkelte. Man slutter fra helhed til del. Det er indlysende, at det der gælder for alle i en gruppe også må gælde for den enkelte.

Hvis vi f.eks. påstår at Sokrates er dødelig, fordi alle mennesker er dødelige, så er det et logisk uangribeligt argument.

Men hvis et fænomen kun gælder for mange i gruppen, er der allerede en betydelig usikkerhed, om det gælder for den enkelte, man ser på, og hvis man ikke har ret i, at det gælder for alle, bliver ens argumentation yderligere problematisk. Hvis man f.eks. om en bestemt person påstår, at han må være for tvangsægteskaber, fordi han er muslim, så er der tale om en regulær fordom.

4. Generaliseringsargumentet

Her argumenteres der med, at det der gælder for enkelte medlemmer af en gruppe eller klasse gælder for dem alle. Generaliseringsargumentet er det modsatte af klassifikationsargumentet. Her sluttes der fra del til helhed. Jo flere medlemmer generaliseringen bygger på, og jo mere repræsentativ udvalget er, jo mere troværdig bliver generaliseringen.

Hvis man blot generaliserer ud fra et enkelt eller nogle få eksempler stiger utroværdigheden let (- *alle piger sladrer, jeg kender selv én, der gør det*), men på den anden side kan enkelte og velvalgte eksempler på et fænomen ofte virke mere overbevisende end statistik.

5. Sammenligningsargumentet

Her argumenteres der med at to ting har flere lighedspunkter. Det kan være to forskellige ting man sammenligner eller ting med mange lighedspunkter.

Et eksempel på det første kan være: - *Hvis vi skal gå ned i løn, så skal regeringens medlemmer også gå ned i løn.*

Et eksempel på det andet kunne være: - *Jeg vil gerne have lov til at få fri til at gå til lægen. De andre ansatte har også fået lov.*

Sammenligningen bygger ofte på et retfærdighedsprincip og indeholder et krav om, at det ens eller lige skal behandles ens. Her er det vigtigt at spørge til hvor rimelig sammenligningen. - *Kan man gå ind for folkeskolen og selv sende sine børn i privatskole?*

6. Autoritetsargumentet

Her argumenteres der for noget:

- ved at henvise til en **autoritet**, der støtter op om påstanden
- ved at henvise til, at **mange er enige** i påstanden
- ved at henvise til **almindelig sund fornuft**
- ved at henvise til **traditionen, historien, erfaringen eller hvad der er 'naturligt'**.

Ser vi først på henvisningen til autoriteter, så skelner man ofte mellem horisontale autoriteter i form af venner og veninder (- *Det er min veninde enig med mig i*) og vertikale autoriteter i form af eksperter, idoler eller myndigheder (- *Ernæringseksperter er enige om, at grøntsager er sunde*), og endelig kan autoriteten være afsender selv.

Ser vi på henvisninger til mange, så taler man ofte her om *et kvantitetsargument*, der siger at flertallet har ret. (- *Alle er enige om, De fleste mener, Enhver ved at*).

Man kan desuden henvise til almindelig sund fornuft eller almenviden: (- *Det er jo indlysende at det vil gå sådan, Det siger jo sig selv at det sker*).

Endelig kan man henvise til traditionen, (- *Her på skolen har vi altid gjort sådan*), historien (- *Historien viser at kvindens plads er i hjemmet*), erfaringen (- *Jeg/Vi plejer altid at gøre sådan*) eller hvad der er 'naturligt' (- *Homoseksualitet er ikke naturligt*).

7. Det moderne/nye-argumentet

Her argumenterer man for, at noget er godt eller rigtigt, fordi det er moderne eller nyt, eller omvendt at noget ikke er godt eller rigtigt, fordi det er umoderne eller af ældre dato. Bag argumentationen ligger den grundlæggende forestilling, at noget der er nyt, nødvendigvis må være bedre, end noget der er gammelt. Det kan selvfølgelig gælde i flere sammenhænge, f.eks. når der er tale om mælk, men at noget er nyt, er ikke altid en kvalitet ved en ting.

8. Motivationsargumentet

Her argumenteres der ved at vække modtagerens følelser. Man forsøger at motivere modtageren til at acceptere en påstand ved at spille på hans sympati, medlidenhed, længsler, frygt, bekvemmelighed, forfængelighed, behov for tryghed, solidaritet med andre, social status eller for at være noget særligt.

Man kan her f.eks. skelne mellem:

- *skræmmeargumenter* (- Hvis du ikke gør som jeg siger, går det helt sikkert galt)
- *lykkeargumenter* (- Hvis du vil kunne gøre, hvad du har lyst til, bruger du Always!)
- *social status-argumenter* (- Den holdning står du helt alene med!)
- *tryghedsargumenter* (- Køb en forsikring i Tryg, hvis du vil være tryg)
- *individualitetsargumenter* (- Loreal: fordi du har fortjent det)
- *solidaritetsargument* (- Det lønner sig at stå sammen).

De otte foregående argumenttyper kan inddeles i tre grupper. Den første består af de typer, der argumenterer ved at pege på sammenhænge mellem ting, den anden af de typer der argumenterer ved at vinde modtagerens tillid, og den tredje type argumenterer ved at spille på modtagerens umiddelbare følelser. Man kan opstille følgende skema:

Hjemmel	Appel	Type
Ydre relationer	Logos	Tegn, Årsag, Klassifikation, Generalisering, Sammenligning
Modtagers tillid	Etos	Autoritet
Modtagers følelse	Patos	Motivation, Det moderne/nye

Man skal være opmærksom på, at de forskellige argumenttyper i praksis ofte overlapper hinanden, således at man kan have appel til følelser, hvor der samtidig er tale om en generalisering eller et årsagsargument. Og ofte lader det sig slet ikke gøre at bestemme argumenttypen.

Fejltyper og kneb

Der er flere fejltyper eller kneb, der benyttes i argumentation, både i den almindelige dagligdags argumentation, men også og særlig markant i den politiske debat i medierne, hvor politikerne kæmper for at styrke deres egen position og svække modpartens.

9. At gå efter manden...

Et ofte brugt retorisk kneb, når man er presset i en diskussion, er at tillægge modparten skumle motiver til at mene som han gør. Man kalder det **ad hominem argumentet** eller mere kontant: at gå efter manden i stedet for efter sagen.

Normalt anser man denne form for argumentation for usaglig (- *Du mener ikke, jeg er god nok til jobbet. Det siger du bare fordi du er jaloux*), fordi man jo principielt ikke kan vide noget om andre menneskers motiver til at handle som de gør.

Professor i retorik Christian Kock skelner mellem:

- *psykologiske motiver*, hvor modparten mistænkeliggøres for at være drevet af forfølgelse, behagesyge og selvglæde
- *selviske motiver* hvor motivet antages at være ønsket om personlig vinding og indflydelse
- *strategiske motiver*, hvor der formodes at ligge et ønske om, f.eks. i politik, at styrke partiets magtposition eller partiets vinderchancer ved næste valg.

10. Afledningsargument

Et andet kneb er afledningsargumentet, hvor man forsøger at vinde en diskussion ved at drage en irrelevant problematik ind i diskussionen (og fremstille den som relevant) for at aflede opmærksomheden fra det, man egentlig taler om. På den måde kan man få held til at dreje diskussionen over på noget andet, end det man i udgangspunktet diskuterede.

11. Glidebaneargument

Et argumentationsknebstype, hvor man forsøger at overbevise andre om, at en tilstand med nødvendighed vil føre en række andre og stadig mere alvorlige tilstande med sig. Der er tale om et årsagsargument, hvor man ikke i tilstrækkelig grad begrundes sammenhængen mellem de enkelte

tilstande. Argumentationen har netop til formål at vise, at sker dette eller hint, så vil det som en glidebane, man ikke kan stå af, føre til den værst tænkelige katastrofe i sidste ende.

Et eksempel kunne være: - *Hvis vil lovliggør hash, så vil flere unge begynde at ryge hash, og snart vil de få lyst til hårdere stoffer, hvilket vil betyde mere kriminalitet, og i sidste ende vil det føre til et utrygt samfund fyldt med kriminelle.*

12. Stråmandsargument

En stråmand møder vi i argumentation, når man karikerer eller fremstiller modstanderen synspunkter på en overdrevet måde og derefter argumenter imod den overdrevne fremstilling (stråmand), man selv har lavet, fordi denne netop er lettere at argumentere imod. - *Vi må have nogle lempeligere regler med hensyn til familiesammenføring. - Nej, hvis vi først slipper tøjlerne, så oversvømmes landet af indvandrere.*

13. Cirkelslutning

Cirkelslutningen er uden diskussion en fejltype. Her er påstand og belæg identiske. Det er en fantastisk bog, fordi den er helt fantastisk god. Cirkelslutningerne møder vi ofte, når den der argumenterer ikke længere har flere gode belæg for sin påstand og måske desperat leder efter et sidste belæg.

14. Ordvalgsargumenter

Ordenes konnotative betydning, de associationer vi tillægger dem, har betydning for hvordan vi opfatter en tekst. Afsenderen af teksten kan bevidst eller ubevidst præge en tekst med en bestemt holdning ved at benytte ord med særlige konnotationer.

Hvis man i en artikel kalder en oprører i et land for terrorist eller kriminel, eller kalder en sagkyndig ekspert for smagsdommer har man allerede lagt en bestemt holdning eller påstand ind i teksten. Man taler da om ordvalgsargumenter.

Stilleje i taler

Tilhører ordene en særlig stil? Sammenlign med stilens nulpunkt:

Stilens nulpunkt:

- Overvægt af **prototypiske ord**. En prototype er et ord, der er så almindeligt og forventeligt inden for sin gruppe, at det er det første, man kommer i tanker om, når man bliver spurgt. Fx er det inden for farver 'rød' og ikke 'auberginefarvet'; inden for grønsager er det 'gulerødder' og ikke 'rosenkål'. En høj frekvens af prototypiske ord i en tekst gør den upåfaldende.
- Overvægt af **basisniveauord**. Et basisniveauord ligger midt mellem det meget specifikke og det helt abstrakte. Det betegner det, der ligger lige for i dagligdagen. Fx er 'hus' et basisniveauord, mens 'bygning' er mere abstrakt og 'atriumhus' mere specifikt.
- Brug af **fastе vendinger og klicheer**.
- Neutrale eller hyppigt anvendte adjektiver som 'stor', 'lille', 'smuk', 'grim', 'god', 'ond'.
- Ingen brug af **personligt eller påfaldende billedsprog eller stilistiske figurer**.
- Upåfaldende sætningsbygning (enten subjektet eller et adverbialled i forteltet) (NK: bagvægt, det modsatte er forvægt)
- Jævn **vekslen mellem korte og lange sætninger, hoved- og ledsætninger**.
- **Ingen påfaldende brug af hverken hypotagme eller paratagme**.

Stilens nulpunkt (også kaldt **neutral stil**) fungerer som bagtæppe for beskrivelsen af de tekster, der skiller sig ud. De direkte modsætninger til stilens nulpunkt er høj stil og lav stil:

Høj stil: lange sætninger, lange ord, mange fremmedord, tekniske begreber og fagtermer

Lav stil: korte sætninger, små ord, brug af talesprog, jargon, slang og bandeord

Andre eksempler er højtidelig stil, formel stil, plat, vulgær og latrinær stil, humoristisk stil og poetisk stil.

Er der interessante stilbrud?

Stilniveauet siger noget om hvem afsenderen er, og ofte også noget om, hvem den forventede læser er!

(Kilde: af Lisbeth Nyborg, Mette Trangbæk Hammer, og Solveig Bennike: Faglige forbindelser i dansk, Daneklærerforeningens Forlag 2005, s. 63.).

Sætningsopbygning

Paratagme og hypotagme

- **Parataktisk sætningsopbygning:** en sætningsstruktur, hvor sætningerne er sideordnede med hinanden. Derfor bruges hyppigt konjunktion såsom ‘og’ og ‘men’ imellem sætningerne. Oftest er en parataktisk sætningsopbygning knyttet til lav stil og talesprog. Eksempel på parataktisk sætningsopbygning: ”En mand kommer kørende, og det er onsdag aften, men det er ikke særligt sent på aftenen, og nu står manden ud ad sin bil”. Sætningerne er sideordnede med hinanden.
- **Hypotaktisk sætningsopbygning:** en sætningsstruktur, sætningerne er underordnede og hvor der anvendes konjunktioner såsom ‘fordi’, ‘at’, ‘der/som’ osv. Oftest er den hypotaktiske sætningsbygning knyttet til høj stil, og til tekster, der anvender logos som appelform, idet man forsøger at underbygge og finde sammenhænge. Et eksempel: ”En mand kom kørende, fordi han skulle hjem fra arbejde, som han havde passet omhyggeligt hele sit liv, for arbejdet var hans identitet”. Her er sætningerne underordnet hinanden, så den sidste er underordnet den forudgående, som er underordnet den forudgående, som er underordnet den forudgående.

(Kilde: Bl.a. hjemmesiden Danskfaget af cand.mag. i dansk og religion Jan Aasbjerg Haugaard Petersen: gymdansk.dk/.)

Bagvægt og forvægt

- **Forvægt:** sætningen har mange og/eller tunge led stående først i sætningen. Benyttes typisk ved høj stil.

- **Bagvægt:** upåfaldende sætningsbygning (enten subjektet eller et adverbialled i forteltet; forfeltet er den del af sætningen, der er foran verballedet; NK). Benyttes typisk ved neutral eller lav stil.

Eksempler på sætninger med forvægt:

"I morgen hen ad middagstid, når solen står højest på himlen og vejret er godt, går vi ned og spiller", "Da hun sagde, at hun ville ringe, når hun kom hjem, blev jeg beroliget", "At dyrke motion, spise fornuftigt og holde hjernen i gang, er vigtigt", "Den pågældende aften, hvor forbrydelsen fandt sted i følge politiets undersøgelser, spiste jeg hjemme", "Kontaktet af bekendte, som ville vide, hvordan det gik, blev jeg tit".

Forvægt kan også bruges til fremhævelse: "Af børn og fulde folk skal man høre sandheden"

(Kilde til eksempler: gået tabt).

Talens genrer

- Talens opgave er at formidle et budskab mundtligt.
- Talemålet er en fri form. Talens indhold afhænger dog af afsenderens taleegenskaber og motivation (hvilken grund, man har til at holde talen).
- Talens indhold kan være planlagt eller improviseret. Improviseret betyder at taleren finder på indholdet på stedet.
- Man kan inddele talen i 3 undergenrer:

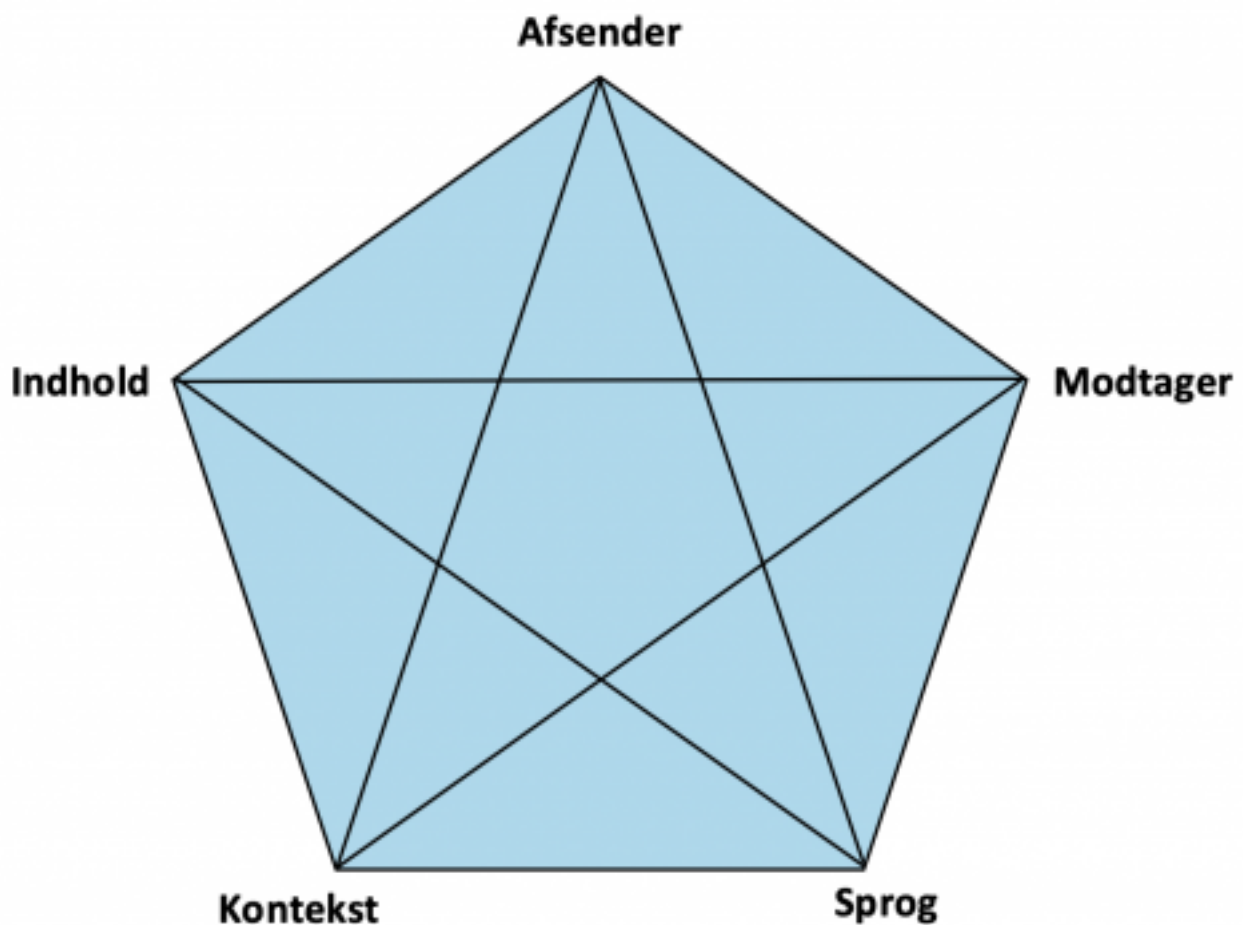
Talens undergenrer		
Informationstalen	Den politiske tale	Lejlighedstalen
Formålet er at formidle en vigtig	Formålet er at formidle en holdning til publikummet.	Formålet er at sætte fokus på en person eller en begivenhed.

information til publikummet. Det vigtigste i talen er, at de tilhørende forstår og husker informationen.	Talen vil gøre opmærksom på en holdning og/eller overbevise de tilhørende om at taleren har ret.	Det er anledningen, der er det bærende element i talen.
---	--	---

Talen tager som regel afsæt i én af disse tre ovenstående, men skabes i høj grad ud fra hvem der er afsender, hvem der er modtager, hvad indholdet er, og i hvilken kontekst det indgår i (Se Jacobsons kommunikationsmodel – eller Pentagonam-modellen (Ciceros).).

Dette kan du analysere ud fra en kommunikationsanalyse (metode) ved at arbejde med talen ud fra en kommunikationsmodel. Pentagonammet er en let tilgængelig kommunikationsmodel, hvor Jacobsons model er mere detaljeret, men den giver samtidig også mulighed for en meget grundig og detaljeret analyse, hvis man har sat sig godt ind i Jacobsons kommunikationsmodel. Husk derfor at være præcis at henvise og uddybe, hvilken model, du arbejder metodisk ud fra i din analyse af talen.

Ciceros pentagram:



Modellen indeholder 5 parametre

- **Afsender:** Hvad er talerens rolle i forhold til situationen?
- **Indhold:** Hvad ønsker taleren at sige (informationer og budskab)?
- **Modtager:** Hvem er publikum?
- **Kontekst:** Hvilken sammenhæng bliver talen afholdt i?
- **Sprog:** Hvordan er sproget i talen?

For at en tale skal kunne levere sit budskab bedst muligt, skal talen justeres efter alle disse parametre.

Det interessante ved modellen er at den viser, at alle parametrene påvirker hinanden og derfor bliver afhængige af hinanden, når man planlægger sin tale. Taleren skal nemlig justere fx sproget efter, hvem modtageren er og efter den kontekst talen skal holdes i osv.

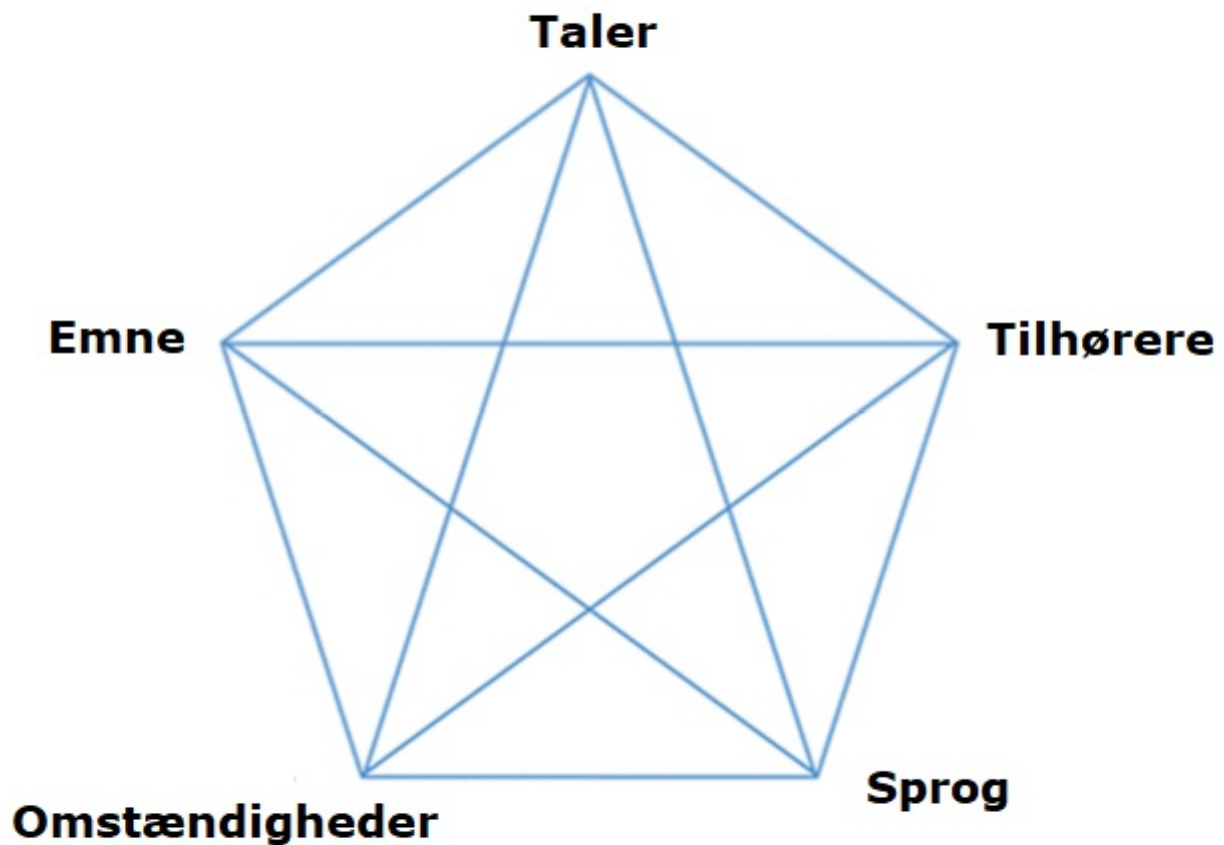
Eksempler på anledninger:

- Begravelse
- Ceremoni
- Demonstration
- Fest
- Fødselsdag
- Nytårstale
- Inspiration/motivation
- Jubilærum
- Politisk begivenhed
- Pressemøde
- Tilgang/afgang
- Åbningstale

Det retoriske pentagram (Analysemodel/oversigt)

(Kilde: Lånt fra en artikel fra 2016 af Jørgen Bøge, lærer på Viby Gymnasium).

At tale til nogen er ikke bare et spørgsmål om at stille sig op og åbne munden. En god taler skaffer sig kontrol over situationen ved at gøre sig mange forskellige overvejelser forud for sin fremlæggelse, uanset om det handler om en familiebegivenhed, et politisk møde eller en eksamenssituation.



Med udgangspunkt i [Ciceros retoriske pentagram](#), som er vist ovenfor, kan man fx stille spørgsmål som disse:

- Hvem er jeg som [afsender](#)?
 - Hvad er min rolle?
 - Hvad skal jeg være opmærksom på?
 - Hvad skal jeg undgå?
- Hvad skal jeg sige om [emnet](#)?
 - Hvad skal dækkes og hvad kan forbigås?
 - Hvilken rækkefølge skal delene præsenteres i?
- Hvem er mine [modtagere](#)?
 - Hvad er deres forudsætninger for at forstå hvad jeg taler om?
 - Hvad er deres interesse?

- Hvordan kommer jeg dem i møde?
- Hvilken **situation** skal jeg tale i?
 - Hvilke krav stiller situationen til mig i forhold til:
 - metode?
 - adfærd?
 - sprog?

Hvordan skal jeg udtrykke mig **sprogligt**? Fx i forhold til:

- Stilleje/ordvalg
- Objektivt/subjektivt
- Engagement

Appelformer:

Logos

Afsenderen forsøger at overbevise modtageren om sit standpunkt ved at appellere til modtagerens fornuft. Det kan afsenderen gøre ved at lade sin argumentation være logisk - anvende logiske argumenter, der forekommer fornuftige, og som er rationelle. Afsenderen kan også bygge sin påstand på dokumentation i form af videnskabelige undersøgelser, statistikker eller lignende, som gør, at der er et rationelt og logisk forhold imellem påstand og belæg. Ved anvendelse af logos som appelform er der således fokus på, at forholdet imellem belæg og påstand skal være rationelt og logisk.

Styrken ved at appellere til logos er, at modtageren bliver rationelt overbevist, men faren er, at det kan blive alt for sagligt og derfor kedeligt for modtageren.

Patos

Ved brug af patos forsøger afsenderen at overbevise modtageren om sit standpunkt ved at appellere til modtagerens følelser. Afsenderen gør det ved at vække følelser hos modtageren - afsky, sympati, had eller kærlige følelser er blot enkelte eksempler på former for følelser, som en afsender kan appellere til. Afsenderen forsøger således at påvirke sin modtager følelsesmæssigt. Man kender det

fra indsamlingsmål til børn i Afrika, hvor afsenderen viser billeder af sultne børn, men man kan også forsøge at få modtagere til at bestille en ferierejse syd på ved at vise en sol gå ned over et turkis vand og hvid sandstrand. Afsenderen kan også vælge at anvende humor eller appellere til medfølelse. Ordvalget er et særligt anvendt kneb i forsøget på at appellere til modtagerens patos, særligt i skriftlige tekster. I visuelle tekster kan afsenderens forsøg på at appellere til patos ved det visuelle udtryk. Så hvor logos handler om selve argumentet, handler patos om at sætte modtageren i en særlig sindsstemning.

I sin måde at fremføre sin tale på kan afsenderen vække patos. Stemmen er rolig, tungsindig, når det handler om en indsamling til børn i Afrika. Vi kender alle de kendte taler fra film, lige inden det store slag skal udkæmpes. Talerne er i sig selv appellerende til følelserne, men det er måden, de fremføres på, også - med kraftfuld stemme, gnist i øjnene og et åbent og dynamisk kropssprog, der udstråler styrke og vilje. Også i tv-nyhederne forsøger studieværten at sætte den følelsesmæssige ramme for den enkelte nyhed igennem sit toneleje, lydstyrken i stemmen og taletempoet. Det er således interessant at se, hvordan newsspeakeren ændrer toneleje, når nyhederne skifter fra det alvorlige til det mere opløftende.

Styrken i appelformen patos er, at modtageren påvirkes følelsesmæssigt, og det kan have en stærk effekt. Ulempen er, at patos kan være gennemskuelig og derfor virke komisk. Desuden er der også en vis sandsynlighed for, at modtageren ikke lader sig følelsesmæssigt påvirke, og så falder argumentationen til jorden.

Etos

Ved brug af forskellige argumenttyper og sproglige kneb forsøger afsenderen at opbygge en troværdighed, så afsenderen fremstår troværdig over for modtageren. Man kan grundlæggende tale om to typer etos: Kontekstuelle etos, som er den etos, man i forvejen har opbygget til afsenderen uden for den enkelte tekst. Det kan også kaldes for forventningsetos. En anden type etos er Tekstuel etos, som er den troværdighed, afsenderen bygger op i den enkelte tekst. Denne troværdighed kaldes også for situationsetos.

Kontekstuel etos - forventningsetos

Troværdighed kan opnås ved at være ekspert på et område. Det kan ske igennem uddannelse (læge, cand.merc.), men kan også være baseret på erfaringer - at en far til fem børn virker troværdig, når

han fortæller om børneopdragelse. Uddannelsesniveau er en oplagt troværdighedskilde, og den anvendes eksempelvis i reklamer for tandpasta, hvor en skuespiller spiller tandlæge i hvid kittel og fortæller om egenskaberne ved netop denne tandpasta. Det er selvfølgelig altafgørende, at kilden udtaler sig inden for et område, som vedkommende er uddannet indenfor. Graden af uddannelse er også væsentlig. Er det en professor, eller er det en førsteårsstuderende?

Erfaring kan også være kilde til troværdighed - at kilden har erfaring på området, som vedkommende udtaler sig om. Tag i betragtning, hvor meget og hvilken type erfaring der skal til for at vække tillid hos modtageren: En bankdirektør, der ingen børn har, har ikke megen troværdighed i sit perspektiv på børneopdragelse, men har eksempelvis erfaring med ledelse af en kompliceret arbejdsplads.

Image er en tredje måde at vække tillid på. Image er de værdier og karaktertræk, man forbinder med personen, firmaet eller produktet, og det er noget, der bygges op over lang tid, men kan forsvinde hurtigt. Et eksempel er Danske Bank, som forsøgte at lancere et nyt image med kampagnevideoen "New Standards". Her optrådte også antikapitalistiske klip fra Occupy Wall Street og lignende, og her kolliderede kampagnevideoens image med Danske Banks image blandt befolkningen: Danske Bank opfattes som ligeglad med den almindelige kunde; en bank, der har overskud på millioner, uden det kommer den enkelte kunde til gode, og som en bank, der lukrerer på boligmarkedet, inden boligboblen sprang, og finanskrisen blev udløst. Da medierne så efterfølgende fokuserede på, at Danske Bank havde indført gebyrer for små privatkunder for at have en lønkonto i banken, så led Danske Banks image for alvor et knæk.

Har afsenderen ikke selv en troværdighed, så kan afsenderen forsøge at vække modtagerens tillid ved at henvise til andre - eksperter, folk med erfaring på området, eller folk med et godt og relevant image. At det virker på modtageren forudsætter, at modtageren også betragter de inddragede folk som troværdige. Etos handler således om pålidelighed og troværdighed hos afsenderen, og afsenderen kan derfor være nødsaget til at hente sin troværdighed hos andre eksperter eller lignende for derved at styrke sin egen troværdighed.

I reklamer kan man finde eksempler på, at afsenderen forsøger at appellere til etos ved at anvende en tv-speaker, der er kendt fra seriøse, dokumentariske tv-programmer som voice-over for derved at forsøge at overføre noget troværdighed fra den kendte tv-speaker til produktet.

Tekstuel etos - situationsetos

I den enkelte tekst forsøger afsenderen at opbygge en troværdighed omkring sin argumentation og sit budskab i selve teksten og trækker således ikke på den troværdighed, som afsenderen eventuelt kan have opbygget på forhånd.

Opbyggelsen af en tekstuel etos kan gøres gennem anvendelse af eksempelvis autoritetsargumenter. Afsenderen kan også skabe troværdighed ved at anvende et sprog, som appellerer til tilhøreren. Desuden kan anvendelse af appelformen logos også være med til at opbygge troværdighed. Men grundlæggende for tekstuel etos er det, at afsenderen nøje appellere til sin modtager igennem valg af argumenter og valg af sproglige form.

Også kropssprog og måden at fremføre sin tale og argumentation på har betydning for afsenderens forsøg på at vække tillid og virke troværdig. Taler en ejendomsmægler lidt for hurtigt, er lidt for smart og har ikke helt styr på sine tal og papirer, så mister modtageren, køberen, tilliden og opfatter ikke ejendomsmægleren som troværdig. På den måde er det ikke kun det, afsenderen siger, der kan være afgørende for at vække modtagerens tillid, men også måden afsenderen fremfører sin tale på. Med etos er der således fokus på afsenderen - det er afsenderens troværdighed og image, der vækker modtagerens tillid.

Jacobsons kommunikationsmodel:

(Følgende er hentet fra: dansksiderne.dk i dec.2021, og forfatterne er derfor også løbende angivet.)

Roman Jakobsons sprogfunktioner

(Af dansklærer på Køge Gymnasium)

Sprogforskeren Roman Jakobson (1896-1982) bygger videre på Bühlers sprogfunktioner. Han udviklede i starten af i 1960'erne en kommunikationsmodel, der kan opstilles, som det er vist nedenunder. Til de forskellige elementer i modellen svarer seks forskellige sprogfunktioner.



Den emotive funktion - AFSENDER

Meddelelsen har til opgave at give udtryk for (eller lyve om) afsenderens holdninger og følelser. Den emotive sprogfunktion er knyttet til afsenderen i kommunikationsmodellen.

Teksttyper hvor funktionen dominerer: dagbog, læserbrev, anmeldelse, digt, roman

Den konative funktion - MODTAGER

Meddelelsen har til opgave at appellere til og påvirke modtageren og få ham eller hende til at gøre eller indse noget eller til at føle noget. Den konative sprogfunktion er knyttet til modtageren.

Teksttyper hvor funktionen dominerer: reklame, bekendtgørelse, læserbrev, brugsanvisning

Den referentielle funktion - KONTEKST

Meddelelsen har til opgave at sige noget om verden, det der refereres til i den kontekst (sammenhæng) der omgiver afsender og modtager. Den referentielle sprogfunktion er knyttet til konteksten i modellen.

Teksttyper hvor funktionen dominerer: Nyhedsartikel, lærebog, leksikon, videnskabelig afhandling, reklame).

Den fatiske funktion - KONTAKT

Meddelelsen har til opgave at bekræfte eller etablere forholdet mellem afsender og modtager. 'Hej' siger vi f.eks. når vi mødes og det betyder ikke andet end at vi er til stede begge to og kan kommunikere. Meddelelsen har en kontaktskabende funktion. "Dejligt vejr i dag", siger vi f.eks., men vejret er ikke det vigtige. Det er derimod etableringen af kontakt. I løbet af en samtale benytter

vi mange korte ord (ja, nå, okay osv.), der blot har til formål at forsikre den anden om, at vi følger med. Den fatiske sprogfunktion er knyttet til kontakten i modellen.

Teksttyper hvor funktionen dominerer: Uformel samtale, sms, dramatik.

Den metasproglige funktion - KODEN

Meddelelsen har til opgave at sige noget om den kode man bruger. I mange kommunikationssituationer vil der ofte blive kommunikeret om selve meddelelsen: F.eks. kan man sige: "Undskyld, jeg er ikke med - hvad mener du? Eller man kan sige: "Du skal ikke tale til mig på den måde". Når man kommenterer eller taler om det man siger, taler Jakobson om en metasproglig funktion (meta: over). Funktionen er knyttet til koden i kommunikationsmodellen.

Teksttyper hvor funktionen dominerer: Uformel samtale, videnskabelig afhandling, ordbog.

Den poetiske funktion - MEDDELELSEN

Har til opgave at gøre opmærksom på sproget eller meddelelsen i sig selv. Den poetiske sprogfunktion møder vi ofte i lyrik og romaner. F.eks. er rim og rytme i et digt med til at skabe fokus omkring selve meddelelsens sproglige form eller materiale. På samme vis kan stærke metaforer eller markante sproglige figurer få os til at fokusere ikke blot på indholdet, men også på selve udformningen af meddelelsen. I mange reklamer gør man netop meget ud af at fange vores opmærksomhed med overraskende elementer i meddelelsen. Den poetiske funktion er knyttet til selve meddelelsen.

Teksttype hvor funktionen dominerer: digt, roman, reklame.

Roman Jakobsons model kan benyttes til at undersøge, hvilke sprogfunktioner der optræder eller dominerer i en tekst.

Det er ikke således, at en tekst kun indeholder én sprogfunktion. Der forekommer altid flere sprogfunktioner i en tekst, ja selv i en enkelt ytring, men ofte således, at en eller nogle dominerer markant.

Er der f.eks tale om et læserbrev, er der god grund til at tro, at den emotive funktion er dominerende, mens den referentielle funktion vil være dominerende i en traditionel nyhedsartikel.

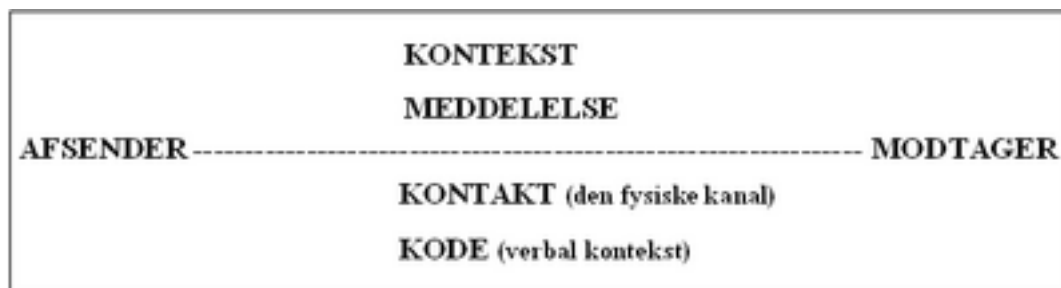
Der vil dog ofte også være flere af de andre sprogfunktioner til stede. I læserbrevet kan der ofte ligge en konativ funktion - dvs en appel til læseren og desuden en referentiel funktion, idet læserbrevet angår et specifikt emne. I nyhedsartiklen kan den emotive funktion være til stede, ofte i form af særligt betydningsladede ord eller udtryk. Bemærk f.eks. udtrykket 'nøjes med' i følgende ytring, der kunne være taget fra en nyhedsartikel: *Socialdemokratiet måtte nøjes med 25% af stemmerne*. Den har en tydelig referentiel funktion, men med udtrykket "nøjes med" lægger journalisten også en vurdering ind: Det var ikke et tilfredsstillende resultat.

Roman Jakobsons sproglige funktioner - af LL og EJ

(Aflærerne LL og EJ, Køge Gymnasium)

I enhver kommunikationssituation indgår der ifølge lingvisten Roman Jakobsson følgende faktorer:

Figur 1: **Faktorerne** i kommunikationsmodellen:



En ytring er en funktion af faktorerne i kommunikationsmodellen. Jakobsons tese er, at der til en hver ytring er forbundet sproglige funktioner, som indgår i et 'funktionshierarki' i den enkelte meddelelse. Hver gang vi ytrer noget, er det disse funktioner, der sættes i spil. I den enkelte 'tekst' er det ofte én funktion, der er dominerende, men alle funktionerne bør principielt tages i betragtning i en analyse.

Enhver meddelelse er en funktion af kommunikationssituationens faktorer, og er rettet mod modtageren. Jakobsson opstiller følgende model over funktionerne i kommunikationen, svarende til faktorernes placering i figur 1.

Figur 2: **Funktionerne** i kommunikationsmodellen:



Den fatiske (sociale) funktion:

- er overvejende er med til at fastholde, forøge eller afbryde kommunikationen fx hilsen, bekræftende småord som 'hmm', ”ja”.
- ifølge Jakobsson er det fatiske desuden den første sproglige funktion børn lærer, og som de er i stand til at kommunikere med før de kan være afsender eller modtager af "informativ kommunikation". Dette kan diskuteres, da nogle vil mene at det første barnet gør, er at skrike, fx af sult, hvilket må siges at være en konativ (impressiv) funktion.

Eksempel: Sikke et dejligt vejr i dag! – Ja, bare det snart bliver varmere.

Den referentielle (informative) funktion:

- er en orientering mod KONTEKSTEN:
- det der refereres til i den virkelighed, som sproget peger på.
- Sandsynligvis den funktion de fleste kan få øje på i en sproglig meddelelse og oftest entydigt reducerer sprogets funktionalitet til.

Eksempler: Der er længere til Roskilde end til Rødovre, En liter indeholder 10 deciliter, H.C. Andersen blev født i 1805.

Den metasproglige funktion

- Denne drejer sig om selve teksten
- Her er det ikke sagsforholdene i verden, men forholdene i teksten eller udsagnet selv, der er emnet.
- Den bruges ofte når afsender eller modtager efterprøver om sproget virker og forstås af den anden. Tit er det forklarende og oplysende sætninger om koden

Eksempler: Jeg bruger med vilje det ord, for at..., Hvorfor sagde du det?, Et verbum indebærer en handling, Er det et dansk ord?, ... med andre ord kan man altså sige..., kort sagt, så...

Den poetiske funktion:

- Den er rettet mod meddelelsen selv. En fokusering på meddelelsen for meddelelsens egen skyld.
- I den poetiske funktion er det klart tekstens hvordan, og ikke mere hvad den handler om, eller hvem den henvender sig til, der er interessant.
- Det drejer sig om, hvordan det der siges bliver sagt, altså teksten stil og udtryksmåder, fx allitterationer, metonymier og metaforer.
- Formen bliver vigtigere end indholdet.
- En poetisk domineret meddelelse er overvejende fokuseret på sig selv, fx på rytme eller skønhed.

Eksempler: Ringeren i ringe ringer ringere end ringeren i Ringsted ringer, For fil'en da!, Præstens ged på marken, I like Ike

Denne funktion kan studeres isoleret og uden at inddrage de andre funktioner. Men skal man studere sproget i en meddelelse dybdegående, er det ifølge Jakobsson nødvendigt også at undersøge denne funktion (Linguistics and Poetics s. 46).

Hans pointe er altså, at denne funktion langt fra er begrænset til digtningen og det poetiske sprog, skønt den her er nemmest at få øje på. Men selv i digtningen er andre funktioner ofte dominerende; tænk på realistisk prosa!

Den konative (modtagerrettede) funktion:

- Den funktion, der er koncentreret omkring modtageren, kaldes og handler om hvordan meddelelsen henvender sig til modtageren.

Eksempler: Skrub af!, Hej, du dér!, Tak herren, din skaber, Because you are worth it.

Den emotive (afsenderrettede) funktion:

- er fokuseret omkring AFSENDEREN. Den giver direkte (gennem følelsesladede ord) udtryk for afsenderens holdning.

- ofte kan man i denne funktion spore en vis tone eller stemning i teksten, fx ironi. I det hele taget er det i denne funktion tekstens stemmeleje, ofte som direkte interjektioner og med karakteristiske lydlige mønstre, hvor der 'smages på sproget':

Eksempel: Langsomt, eftertænksom o-kay med opadstigende tone eller: skidt, pyt!

Det er gennem disse små udråbsord, der hver især har sætningskarakter, meddelelsens ekspressive stemning ekspliciteres. Jf. Liva Weels varierede Nå! i den berømte P.H.-vise.

Det centrale er at der i enhver kommunikation foregår mange komplicerede ting af social, subjektiv og sproglig art. Kommunikation er altså ikke bare et spørgsmål om afsender, tekst, modtager – men en række sociale, subjektive og sproglige forhold, der spiller med i kommunikationen. Jf. de forskellige funktioner!

(Kilde: Roman Jakobsson, forelæsning april 1958 på Indiana University, Closing Statement om "Linguistics and Poetics").