

Text och språkanalys

Klassisk retorik och massmedieretorik –

två ingångar till textanalys



Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap A, nät VT12

Kursledare: Jonas Ström och Hans Wiechel

Institutionen för kultur- och medievetskap

Umeå Universitet

Februari 2012

Av Margareta Ivarsson

www.margaretaivarsson.se

Bakgrund och syfte

Detta PM innehåller två uppgifter i Medie- och kommunikationsvetenskap. Uppgift A innebär att relatera den klassiska retoriken (Karlberg och Mral 1998) och massmedieretoriken (Lundgren, Ney och Thurén 1999) till varandra med avseende på teoriinnehåll och tillvägagångssätt. Till denna uppgift ska det som författarna skriver om sina respektive metoder och deras räckvidd användas. De tillhandahållna analysexemplen ska användas för att stödja resonemanget om skillnaderna/likheterna.

Uppgift B innebär att genomskåda strategierna i författarnas sätt att skriva och ange några exempel. Bland annat ska följande frågor besvaras: Hur gör författarna till exempelanalyserna när de formulerar sina argument om textens verkan på läsaren/åskådaren? Hur uttrycker de sig när de påstår något om publikens reaktion eller avsändarens avsikt?

Uppgift A

Här relateras den klassiska retoriken och massmedieretoriken till varandra med avseende på teoriinnehåll och tillvägagångssätt.

Den klassiska retoriken

Retorik är något som påverkar oss alla, eftersom den är en naturlig del av vår dagliga kommunikation. Samtidigt är retoriken en konst som kan övas upp och en vetenskap med teorier och metoder för att tolka och förstå budskap (Karlberg & Mral 1998:11). Retorikanalys anlägger ett helhetsperspektiv på retoriken och försöker beskriva, tolka och värdera det som sägs. Syftet är att kritiskt bedöma andras budskap. ”Målet är att förstå hur texter som är avsedda att övertyga är uppbyggda men också hur de fungerar i samhället” skriver Karlberg & Mral (1998:19) och presenterar sin analysmodell, som i grova drag ser ut som följer (1998:21-58):

1. Kontexten: man sätter retoriken i ett större sammanhang. Genre, retorisk situation, publiken, retoriska problem, talaren och författaren

2. Disposition: inledning, bakgrund/berättelse, huvudtanke, argumentation och sammanfattning
3. Grundläggande medel för att övertyga: ethos – bygger på personlighet och trovärdighet, logos – bygger på fakta, pathos – använder känslor
4. Argumentationsanalys: vad är det talaren vill framföra och hur görs det? Vilka argument har t ex valts ut och vilka har valts bort?
5. Stil: nivå- vardagligt tal eller mer högtravande, språkliga formuleringar, konstfulla avvikelser? Framförande
6. Formulering av analysresultat.

Massmedieretoriken

Tidningar och andra massmedier som radio och TV använder sig av olika berättartekniska grepp som bland annat handlar om orden och formuleringarna i språket. Förutom dessa retoriska aspekter har massmedierna och dess journalister själva nyhetsprocessen att ta hänsyn till, vilket innebär att hantera det spänningsfält som uppstår emellan plikten att informera och lusten att berätta, enligt Lundgren m. fl, (1999:42). Nyhetsvärdering och källkritik är två grundläggande faktorer att ta med i arbetsprocessen då journalisterna skapar sitt material. Nyhetsvärderingen påverkar vad, av all den stora mängd tillgängligt nyhetsmaterial, som alls kan komma på tal för publicering. Värderingen baseras bland annat på faktorer såsom definiera vad som är en nyhet, att det är något som ägt rum under en begränsad tid, har med människor att göra och helst är något negativt. Nyhetsvärdering handlar alltså inte om att identifiera vad som är viktigast.

En annan viktigt grund för massmedieretoriken är källkritiken. Den innebär att man måste kunna härleda var nyheten kommer ifrån. Lundgren m. fl, (1999:50) pekar på fyra källkritiska kriterier: att källan verkligen är äkta, att tidsperspektivet är korrekt, att två oberoende källor kan bekräfta samma sak och slutligen det som kallas tendensen, dvs. att källor tenderar att beskriva verkligheten som de själva vill se den. Detta kan innebära att undanhålla information som motsäger det man vill föra fram. Det är därför viktigt att även höra vad ”motståndarsidan” anser i en fråga.

Följande övergripande steg ingår i massmedieretorikens analysmetod enligt Lundgren m. fl (1999:53-57)

1. Kontexten: var, när och hur är artikeln publicerad? Textens disposition, även i förhållande till resten av tidningssidan. Anknytning till andra artiklar/medier?
2. Textanalys ”med hjälp av retorikens klassiska råd” och kardinalfrågor som journalisten ska besvara: ”Vad har hänt? Vem har gjort det? Var hände det? När inträffade det? Hur gick det till? Och Varför hände det?”
3. Faktaurval
4. Disponering och vinkling av materialet
5. Språklig gestaltning: t ex. färdig slutsats eller utrymme för läsarens egna tolkningar?
6. Reportens förhållande till källorna
7. Verklig miljö eller skapas ett fiktivt rum?
8. Dramatiseras händelsen?
9. Retoriska grepp?
10. Bildspråk
11. Reportens egen röst: finns ett jag i texten? Ovanifrån/underifrån perspektiv, etc ?
12. Enkel eller problematiserad berättelse? Dold argumentering?

Analys

Här följer en analys av resonemanget om skillnaderna/likheterna mellan den klassiska retoriken och massmedieretoriken. Jag håller med Lundgren m. fl (1999:43) att dagens nyhetsjournalist och antikens talskrivare har mycket gemensamt. De måste båda lägga upp sin text/sitt tal på ett sätt som fångar publikens uppmärksamhet, vilket betyder att först välja ämne och sedan hur de ska berätta om detta ämne. Viktigt för båda är även att välja argument som stödjer det som berättas, samtidigt som det ska vara lätt för läsaren/lyssnaren att förstå och ta till sig. Massmedieretoriken har alltså mycket gemensamt med den klassiska retoriken, samtidigt som det finns avgörande skillnader. Som jag ser det, bygger båda på samma slags berättartekniska grepp, men massmedieretoriken har fler aspekter att ta med i beräkningen. Det blir mer komplext med massmedieretorik, än om man ”bara” har de retoriska aspekterna att ta förhålla sig till. Som journalist måste jag förhålla mig till nyhetsvärdering, källkritik och

den sk. medielogik, dvs. massmediernas olika villkor såsom ekonomi, demokratiskt uppdrag, globalisering etc. Konkret tar sig detta t ex. uttryck i om tidningen jag skriver för har en förväntad politisk färg, vad som säljer dvs. vad läsare/tittare är beredda att betala för, deadlines, att identifiera källor och verifiera deras oberoende, var ursprunget till nyheten är, jag behöver ta pressetiska regler i beräkningen, om min text ska ingå i ett större sammanhang, leta upp någon med motsatt åsikt osv. Det är därför viktigt att ha stor kunskap om själva massmedieindustrin, dess ekonomiska förutsättningar och dess kunder, vilket en utövare av den klassiska retoriken inte behöver ta hänsyn till. Fast å andra sidan behöver även den klassiska retorikens talare fundera på sin publik, sammanhanget, bilder etc.

Det analys exempel som Lundgren m fl. använder under rubriken ”Brittisk demonstration – två tidningar, två tolkningar” (1999:94) beskriver hur två olika tidningars journalister kan presentera samma nyhet på helt olika sätt, trots att de båda bevittnat samma händelse. De har vinklat sina texter med olika syften. Den ena journalisten beskriver händelsen som ett skämt, medan den andra ser händelsen som ett uttryck för ett större politiskt skeende av betydelse. Detta visar bl. a på nyhetsvärderingens betydelse för massmedieretoriken. I Det analys exempel som Lundgren m fl. använder under rubriken ”Ett sjukt barn – medkänsla och politik” (1999:92), framgår hur journalisten i arbetet med nyhetsvärdering och källkritik i princip inte kan skriva utan att ta ställning i den underliggande politiska frågan. Detta tycker jag visar på massmedieretorikens komplexitet, i förhållande till den klassiska retoriken. En ytterligare förstärkning av mitt ställningstagande är analys exemplet om klottraren, av samma författare (1999:116), där det framgår hur en helt annan bild av klottraren kunde ha skapats om journalisten valt andra frågor och intervjuobjekt för sin artikel.

Uppgift B

Nedan görs ett försök till att genomskåda strategierna i författarnas sätt att skriva genom att ange några exempel. Bland annat besvaras följande frågor: Hur gör författarna till exempelanalyserna när de formulerar sina argument om textens verkan på läsaren/åskådaren? Hur uttrycker de sig när de påstår något om publikens reaktion eller avsändarens avsikt?

Jag skulle vilja säga att författarna till exempelanalyserna själva använder de klassiska retoriska knep, när de formulerar sina argument om texternas verkan på läsaren/åskådaren.

De väljer t ex att lyfta fram det dramatiska, att fokusera på adjektiv och ”talande” ord. De väljer att lyfta fram motsättningar på ett sätt som drar upp tydliga skiljelinjer istället för att fokusera på det som beskriver samstämmighet. Ibland känns det t o m krystat, som i exemplet Lundgren m fl (1999:112) tar gällande *Få flickor med damp får hjälp*. Där hävdar författarna av exempelanalysen att sjukdomen damp skulle vara mer känd än ADHD. Vad grundar de detta ställningstagande på? Är de bara ute efter att ”såga” en artikel eller har de faktisk grund för sitt påstående? I så fall ska denna framgå.

I exemplet ”This will not be another Vietnam!” – George Bushs propagandatal inför bombningarna av Irak av Mral (Karlberg & Mral 1998:69) använder författaren ord som, trauma, nederlag, meningslöshet, ”lemlästade, psykiskt och fysiskt förstörda unga män” när hon analyserar talet. Detta tycker jag visar på författarens användande av berättartekniska grepp.

Källor

Karlberg, M., Mral, B. (1998) *Heder och påverkan*. Natur och kultur 2006.

Lundgren, K., Ney, B., Thurén, T. (1999) *Nyheter – att läsa tidningstext*. Ordfront 1999.

Mral, Birgitte (1998) ”This will not be another Vietnam!” – George Bushs propagandatal inför bombningarna av Irak. I Karlberg & Mral *Heder och påverkan*. Natur och kultur 2006.