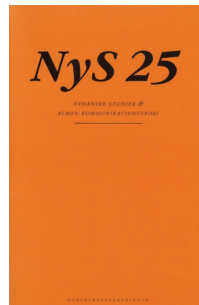


NyS

Titel:	Et spørgsmål om retorik
Forfatter:	Pernille Steensbech Lemée og Anne Katrine Lund
Kilde:	<i>NyS – Nydanske Studier</i> & <i>Almen kommunikationsteori</i> 25, 1999, s. 105-114
Udgivet af:	Dansklærerforeningen
URL:	www.nys.dk



© NyS og artiklens forfattere

Betingelser for brug af denne artikel

Denne artikel er omfattet af ophavsretsloven, og der må citeres fra den. Følgende betingelser skal dog være opfyldt:

- Citatet skal være i overensstemmelse med „god skik“
- Der må kun citeres „i det omfang, som betinges af formålet“
- Ophavsmanden til teksten skal krediteres, og kilden skal angives, jf. ovenstående bibliografiske oplysninger.

Søgbarhed

Artiklerne i de ældre NyS-numre (NyS 1-36) er skannet og OCR-behandlet. OCR står for 'optical character recognition' og kan ved tegngenkendelse konvertere et billede til tekst. Dermed kan man søge i teksten. Imidlertid kan der opstå fejl i tegngenkendelsen, og når man søger på fx navne, skal man være forberedt på at søgningen ikke er 100 % pålidelig.

ET SPØRGSMÅL OM RETORIK

AF PERNILLE STEENSBECH LEMÉE
OG ANNE KATRINE LUND

Som et af den vestlige verdens ældste dannelsesfag kunne retorikkens identitet som fag og forskningsfelt måske formodes at være velkendt i det akademiske miljø. Det er desværre ikke tilfældet. Opfattelsen af retorik er ofte misforstået og reduceret blandt fagfolk fra andre universitetsområder. "Retorik er figurlære". "Retorik er formrytteri". Vi har endda hørt om studerende fra danskfaget, der af deres vejledere advares imod at benytte en retorisk tilgang til en tekst, fordi retorikken "kun beskæftiger sig med de rent overfladiske elementer af teksten".

Men hvilken retorikopfattelse er så den rigtige i dag, og med hvilket perspektiv analyserer vi? I denne artikel vil vi søge at indkredse svarene ved kort at definere retorikkens væsen og dernæst uddybe fagets karakteristika. For at konkretisere retorikkens mål og arbejdsmetoder vil vi desuden præsentere brugen af et retorisk værktøj til konstruktiv tekstanalyse, som vi har udviklet i forbindelse med vore ph.d.-projekter.

ET KLASSISK OG MODERNE FAG

Et hovedspring ud i den korte forklaring af retorikkens faglige identitet: Retorik er et moderne kultur- og kommunikationsfag med klassiske rødder, der sigter på at give en forståelse af hele kommunikationssituationer fra kontekst til tekst. Retorikken har sin egen tradition, ideologi og ambition for kommunikationen i samfundet og mellem privatpersoner. En af styrkerne ved retorik er den holistiske tilgang til kommunikation; bestræbelsen på at forholde sig til alle de faktorer, der er på spil, når vi kommunikerer i tale eller på skrift, hvoraf sproget blot er én faktor.

I artiklen *Retorikkens brændpunkt* indkredser professor i retorik, Jørgen Fafner, retorikken som en "gennemtænkning af det, der må gå forud for

veltalenheden, de principper vi må følge, hvis vore meninger skal trænge igennem” (Fafner 1997:18).

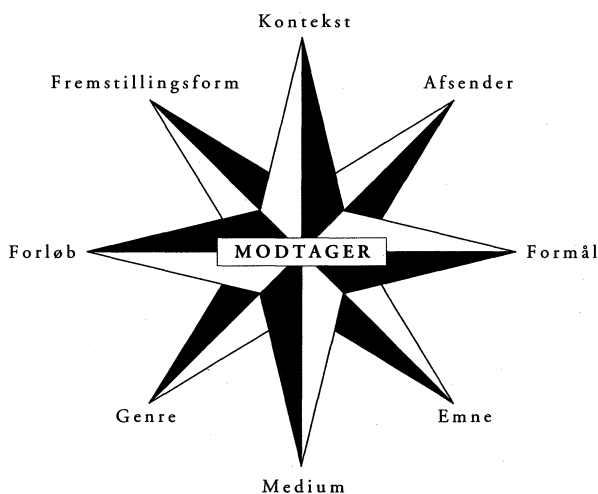
Retorik er altså læren om, hvordan vi kommunikerer hensigtsmæssigt, både mundtligt og skriftligt, og en væsentlig del af arbejdet ligger – som Fafner også understreger – *forud* for det øjeblik, hvor ordene møder modtagerne. Før man overhovedet skal begynde at arbejde med formen, må man have gjort sig tanker om indholdet, formålet, modtagerne, hele kommunikationssituationen og den kulturelle kontekst, som teksten skal virke i. Det er alle disse faktorer, man må gennemtænke for at kunne kommunikere hensigtsmæssigt.

Retorikken er med andre ord ikke blot konstaterende og definerende, men også evaluerende og advokerende. Den konstruktive tilgang til processer og produkter er en vigtig del af den retoriske identitet, hvorfor en kandidat fra retorik har indsigt i såvel teoretiske som praktiske og pædagogiske aspekter af formidling. Retorikuddannelsen rummer meget forskellige elementer; litteratur, kulturhistorie, sprog, klassisk og moderne retorisk teori og praktiske elementer – da viden først er anvendelig, når den kan omsættes til egen praksis, rådgivning eller analyse. Disse elementer minder på mange måder om uddannelserne på blandt andet Institut for Nordisk Filologi, men adskiller sig imidlertid også på flere afgørende punkter, navnlig på grund af den retoriske prioritering af praksisdimensionen og den stadige vægtning af advokering i alle fagets dele.

At advokere og rådgive fordrer naturligvis også nogle idealer eller mål som baggrund for en normativ indstilling, hvilket selvfølgelig ikke betyder, at vi har ti eviggyldige staldfiduser, der altid kan efterleves og dermed skabe succes. Det normative ideal er *situationelt* og findes ved analyse af alle situationens konstituenten. Faget omhandler – med den nuværende professor i retorik, Christian Kocks ord – “den konkrete ytrings helhed, ikke mindst dens indhold, dens *inventio*, og dens funktion, dvs. det den gør i relation til sin modtager”. Retorikken “stiller det projekt op at *forske i konkrete menneskelige ytringer set i forhold til deres totale situationskontekst*” (Kock 1997:14).

DET RETORISKE KOMPAS

Begrebet *den totale situationskontekst* er centralt i retorikken, men hvad ligger der præcist i begrebet? Den klassiske retorik opererede med fem faktorer, der altid må overvejes, når man vil kommunikere godt. Med Ciceros



FIGUR 1 Det retorisk kompas.

© Anne Katrine Lund og Pernille Steensbech Lemée

termer: taleren, tilhøreren, emnet, sproget og omstændighederne¹. Disse faktorer er siden Ciceros tid blevet opstillet i et pentagram, der viser faktorerens indbyrdes afhængighed. Men modellen har mindst tre svagheder. For det første lægger den ikke op til eksplicite refleksioner om formålet med kommunikationen, hvilket kan undre i betragtning af, at retorik netop er læren om den formålstjenlige eller hensigtsmæssige kommunikation. For det andet er den ikke tilpasset de mange nye muligheder og krav, som nutidens medier og genrer udstikker. Og for det tredje rummer faktoren "sprog" i pentagrammet så stort et felt, at denne faktor ikke er let at operationalisere i sin nuværende formulering. Derfor har vi udviklet en ajourført retorisk kommunikationsmodel, det retoriske kompas, der har til hensigt at beskrive og strukturere de elementer, kommunikationssituationen består af.

Det er vigtigt for os som udgangspunkt at slå fast, at kompasset ikke er tænkt eller bruges som en model, der skal benyttes som en fasttømret ufravigelig disposition i enhver analysesituation eller i en produktionssituation. Det er snarere tænkt som et redskab til at orientere sig med. Ligesom verdenshjørnerne er uforanderlige, er der også i forbindelse med en retorisk ytring altid bestemte abstrakte faktorer, der tilsammen udgør kommu-

nikationssituationen, og som det vil være nødvendigt at konkretisere i en retorisk analyse. Det, der er særligt for en retorisk analyse, er jo netop, at den anlægger et helhedssyn på teksten; at den forsøger at begribe hele den situation, som den retoriske ytring har intention om at forandre i det store eller i det små.

Er det for eksempel statsministerens åbningstale i Folketinget, man vil analysere, begynder man ikke med at se på talens konkrete ytringer. Analysen begynder med en fastlæggelse af rammerne for situationen. Hvad er den politiske og samfundsmæssige kontekst? Hvilken rolle har afsender i situationen? Og hvilke forventninger udløser denne rolle hos modtagerne? Formålet med en åbningstale er umiddelbart at orientere om 'rigets almindelige tilstand' ... Men om der kan være andre formål på spil, vil ofte vise sig når man analyserer hvordan emnet udvælges og fokuseres. Nu er man på vej ind i selve tekstanalysen, men før man tager fat på den sproglige analyse, fastlægges mediets og genrens krav. Åbningstalen stiller, som en genre midt i mellem den politiske og den epideiktiske tale (dvs. lejlighedstalen), særlige krav om såvel redegørelse og præsentation af politiske visioner og strategier, som den traditionelle opfordring til tingets medlemmer om at 'løfte i flok'. Herefter går man endnu tættere på teksten, hvor først tekstens struktur analyseres med hermeneutisk vægt på modtagerens opfattelse; man kunne kalde det dispositionens psykologi. Først da når man til en egentlig analyse af det sproglige udtryk. Hele analysen søges gennemført med vægt på konstruktive ændringsforslag til det, der kritiseres.

Som Christian Kock fremhæver i citatet ovenfor, er modtageren et centralt begreb i retorikken. Den gode formidler har hele tiden sin modtager i tanke. Det har derfor været naturligt for os også at placere modtageren som den centrale faktor i det retoriske kompas. *Synsvinklen* i kompasset ligger hos afsenderen, der er kommunikationssituationens begyndelsespunkt (Fafner 1988:9), og det er afsenderens overvejelser om de øvrige hjørner i kompasset, der må gøres under hensyntagen til den givne modtager/modtagergruppe, hvis kommunikationen skal ramme plet i forhold til modtagers behov og forudsætninger. Modtager indgår både som en selvstændig faktor, og som en faktor, afsender overvejer de øvrige faktorer i lyset af². En selvstændig modtager-overvejelse er hele grundlaget for senere at kunne se på de øvrige faktorer i lyset af modtagers behov og forudsætninger.

KOMPASSET SOM FINDE- OG FORBEDRINGSREDSKAB

Det kan være svært at overskue alle de overvejelser, man bør gøre sig i tilrettelæggelsen af en tekst. I kurser for både studerende og skribenter fra erhvervslivet i skriftlig kommunikation har kompasset vist sig nyttigt til at konkretisere de generelle overvejelser – som en nøgle til inventiofasen (se forklaring i det følgende). Skribenterne bruger kompasset til at stille de spørgsmål om situationens krav, der kan sikre, at deres kommunikation bliver hensigtsmæssig, fx hvem er min modtager, og hvilken situation sidder han i, når han skal læse teksten? Hvilke begrænsninger/muligheder giver det for min kommunikation? Hvad er mit præcise formål med teksten – og hvad er evt. læserens? Hvilken rolle skal jeg selv spille i teksten, skal jeg som afsender træde i karakter? Hvilket indhold skal jeg fokusere på? Hvilke krav stiller genre til kommunikationen, låser den fx afsender- og modtager-relationen? Hvilke krav stiller mediet til bl.a. fremstillingsformen? Og hvad med dispositionens psykologi, argumentationen og de ydre krav til sproget?

Spørgsmålene virker måske som mange, og man kunne frygte, at resultatet af at bruge kompasset var forvirring i stedet for afklaring. Men tværtimod virker modellen som en tankegenerator og et huskeredskab, langt de fleste er glade for – og er man først blevet bevidst om fx genre- og mediekrav én gang, kræver disse konstituenters ikke lange overvejelser næste gang. Ofte vil kompassets spørgsmål netop udløse en ny bevidsthed om funktionen af de enkelte ytringer, en bevidsthed der bedrer kommunikationen mærkbart.

Ligesom kompasset på denne måde kan bruges som finderedskab, kan det naturligvis også benyttes som redskab til forbedring af tekstudkast. Kommunikationssituationens muligheder og krav konkretiseres via kompassets konstituenters, og man kan tjekke, om teksten lever op til disse, eller om det er nødvendigt med større ændringer. I de konsulentopgaver, der indgår som en del af Anne Katrine Lunds ph.d.-projekt om breve til danskerne, har kompasset således fungeret som omdrejningspunkt ikke alene for den enkelte skribent, men for hele organisationer, når kommunikationen skulle tages op til revision. Ved hjælp af kompasset konkretiseredes holdningen til og idealerne for formidlingen, der som regel viste sig slet ikke at være så konsensusprægede, som de fleste troede. Via kompassets konkrete spørgsmål fik man diskuteret sig frem mod en egentlig konsensus, der kunne skrives ned som en ny brevpolitik og evt. konkretiseres i eksempler til

efterfølgelse. Spørgsmål som, hvad er formålet med brevet om sagsafgørelsen til en borger i en stor dansk kommune eller til fagforeningsmedlemmet, kombineret med spørgsmål til forløbet i brevet, ledte fx til frugtbare diskussioner af, hvorfor i alverden praksis var at disponere brevet efter den rækkefølge, i hvilken man selv nåede frem til beslutningen, i stedet for at transformere sin viden til en form, som ramte den situation, modtageren sad i. Både borgeren og fagforeningsmedlemmet er jo mest interesseret i straks at få klar besked – og så bagefter stove sig igennem ræsonnementerne bag beslutningen. Først dér ved de, hvad de skal bruge oplysningerne til.

Det kan måske syne elementært at understrege, men det er ikke desto mindre ofte her, at retorikere adskiller sig fra mange andre universitetsuddannede formidlingseksperter. Traditionen inden for fx Sproglig Rådgivning på Nordisk Filologi på Københavns Universitet er at begynde med teksten. Man går fra ordene og evt. ud til disponering og hensigtsmæssig kommunikation i mere bred forstand. Den retoriske vej er stik modsat – vi bevæger os fra situationen ned mod teksten.

KOMPASSET SOM ANALYSEVÆRKTØJ

I Pernille Lemées ph.d.-projekt danner kompasset udgangspunkt for analysen af nyhedsmediernes formidling af Christiansborg-stoffet. Målet med ph.d.-projektet er at tegne et billede af, hvordan denne type journalistik generelt udfoldes i de danske medier, og derfor lægger projektet op til en analyse af hele kommunikationssituationen.

Bevægelsen i projektet går fra de ydre vilkår for produktionsprocessen til de konkrete produkter. Man kan også kalde den en bevægelse fra kontekst til tekst, og analysen begynder derfor med at undersøge konteksten: selve rammerne for kommunikationen i en kort skitsering af Folketingets arbejde og af det aktuelle samlede medie billede.

Analysen fortsætter herefter med en diskussion af formålet med nyhedsformidlingen af Christiansborg-stoffet, som den finder sted i den givne kontekst: hvad er nyhedsmediernes rolle i det danske demokrati, og hvilke forskellige opfattelser af formål kan man finde blandt hhv. politikere, befolkning og journalisterne selv? Denne indsigt genereres ved hjælp af kvalitative forskningsinterview med et udvalg af respondenter, der repræsenterer de tre nævnte grupper.

Journalisterne er i centrum i næste del af analysen – som afsender. Analysen sigter på at bevidstgøre journalister og journaliststuderende om den-

ne type nyhedsformidling, og det er derfor relevant under "afsender" at se på journalistens særlige arbejdsvilkår i forbindelse med formidling af Folketingets arbejde.

Modtagernes forventninger, behov og reception er i fokus i analysens næste del. Herefter fortsættes med en analyse af teksternes emner og de (sub)genrer, man finder i denne type journalistik. Tilsidst diskuteres inden for de enkelte medietyper teksternes forløb og fremstillingsform.

Analysen slutter med andre ord med at se på konkrete tekster, og fordelten ved denne zoom-bevægelse udefra og ind er, at man ser teksterne i helhedsperspektiv, der gør det muligt at vurdere teksternes hensigtsmæssighed i konteksten.

DEN KONSTRUKTIVE FORPLIGTELSE

Som vi allerede har været inde på, er der i retorikken nærmest en forpligtelse til at forholde sig konstruktivt til kommunikation. Det er ikke nok at evaluere en tekst, vi forholder os også til, hvordan den kunne være eller kan blive forbedret. En tradition der i øvrigt er fint i tråd med praksis i den moderne skrivepædagogik. Den konstruktive forpligtelse giver sig udslag på alle planer fra kravene til den 1. års-studerende i undervisningen i skriftlig formidling – der lærer at forholde sig konstruktivt ikke alene til egne, men også til andres tekster – til designet af vore to ph.d.-projekter i retorik.

Selve udgangspunktet for ph.d.-projektet om formidlingen af Christiansborg-stoffet er normativt. Dækningen af Folketingets arbejde er en vigtig journalistisk disciplin, som bør fungere så godt og hensigtsmæssigt som muligt. At journalistik fungerer godt vil i denne forbindelse bl.a. sige, at den opfylder folks behov for saglig information i en så interessevækkende form, at også disse artikler fænger under de daglige ca. 20 minutter med morgenavisen eller i tiden foran apparatet. Ønsket om at kunne definere og give handlingsanvisninger til, hvordan man som journalist kan opnå denne hensigtsmæssighed, er selve drivkraften i projektet.

Projektet om klassiske og moderne brevgenrer og deres anvendelse er ligeledes eksplicit normativt og konstruktivt. En ensidig konstatering af funktion og anvendelse af breve i Danmark lige nu, er blot fundamentet for at sige – hvordan vi som brevskrivere bruger brevene, og hvordan vi kunne blive endnu bedre. Det er ligefrem, som omtalt, en del af projektets ærinde ikke blot at skitserer, hvordan man kunne sætte ind for at bedre

kommunikationen, men at søge at *gøre* det. Et samarbejde etableres med udvalgte organisationer, fx Kræftens Bekæmpelse. Brevene og kommunikationskulturen analyseres og diskuteres med ledelsen, hvorefter nøglemedarbejdere samles til en workshop, hvor kommunikationsformen diskuteres, og de får input til at bedre såvel processer som produkter. Målet er, at disse medarbejdere kan sætte en sneboldeffekt i gang, så organisationen langsomt bliver mere bevidst om udtryksformen. Workshoppene bakes op af andre aktiviteter internt i de enkelte organisationer, virksomheder eller offentlige institutioner. Det normative element trækkes ikke ned over hovedet på organisationen på baggrund af analysen, men udvikles i fællesskab ved analyse af konkrete eksempler, hvor retorikerens rolle snarere er ordstyrer og katalysator end skolemester.

Selv en konstruktiv normativ tilgang til verden kan naturligvis let blive irriterende for omgivelserne, hvis den ikke kombineres med situationsforståelse og høj bevidsthed om barrierer for forbedring hos den enkelte. De pædagogiske og didaktiske overvejelser er med andre ord også centrale.

VEJEN TIL FORBEDRINGER

Fra klassisk tid har praktisk retorik fulgt de fem forarbejdningsfaser frem mod fremførelsen af teksten. Det er en klassisk opskrift på skabelse af en god mundtlig formidling – retorikkens oprindelige virkefelt i en tid, hvor skrift med Platons ord blot sås som en krykke for hukommelsen. Med vor tids indsigt i bl.a. skriveprocesser er denne lineære opskrift langt fra ideel for alle, men faserne beskriver tilsammen summen af de overvejelser, der bør ligge bag god formidling. Det er vigtigt at understrege, at vi i denne sammenhæng er nødt til at holde os til overskrifterne for de enkelte faser.

Den første fase, *inventiofasen*, drejer sig om stofindsamlingen og har til formål at indkredse det indhold, det vil være relevant at komme ind på i den pågældende situation. Både den klassiske og moderne retorik tilbyder forskellige idégenererende indsamlings- eller findemetoder, der kan gøre arbejdet i inventiofasen konstruktivt. Fælles for metoderne er, at de som udgangspunkt forudsætter, at man forholder sig til alle relevante faktorer i kommunikationssituationen.

Den anden fase er *dispositiofasen*, hvor man ordner det fundne stof på den bedst fungerende måde i forhold til situationens krav. Også her er en

gennemtænkning af alle faktorerne nødvendig for med Fafners ord at "trænge igennem"; vække modtagernes interesse, vinde deres velvilje og måske ende med at overbevise dem.

Den tredje fase er *elocutiofasen*, hvor man finder den mest egnede sproglige form til de tanker, man har fundet og ordnet i inventio og dispositio. Som det er fremgået, forudsætter dette formuleringsarbejde, at man først har gennemtænkt situationens krav og udført tankearbejdet bag at finde og tilrettelægge indholdet.

Retorikkens fjerde forarbejdningsfase er *memoriafasen*, der drejer sig om, hvordan man bedst lærer sig sit stof, så det kan præsenteres i så fri og levende form som muligt. Denne fase er naturligvis særlig relevant for den mundtlige fremstilling.

Endelig handler den femte fase, *actio*, om den mest hensigtsmæssige fremførelse af tankerne i form af en tale eller en tekst. Actio gav i den klassiske retorik taleren anvisninger til, hvordan stemme og kropssprog bedst kan benyttes for at sikre en overbevisende fremførelse. I moderne tid er actio også relevant for den skriftlige fremstilling, hvor den handler om, hvordan en teksts layout kan bruges til at understrege et bestemt indtryk.

Retorik dækker, kort sagt, hele spektret fra tilrettelæggelse til fremførelse af et budskab og tillader retorikeren at sætte ind på alle stadier af processen og forsøge at finde frem til de effektive metoder i hvert enkelt tilfælde. Det fordrer stor opmærksomhed på barrierer som facework, kommunikationskultur som sådan og bevidsthed om nødvendigheden af konkrete operationelle og applicerbare anbefalinger.

Projektet om formidlingen af Folketingets arbejde har som konkret mål at munde ud i en række anbefalinger til (vordende) journalister om, hvordan dækningen af Christiansborg-stoffet kan gøres mere hensigtsmæssig. Anbefalingerne skal være realistiske; det drejer sig ikke om råd, der ville virke i den bedste af alle verdener med fx grænseløs tid, uhindret adgang til alle relevante kilder og topmotiverede modtagere med spidsede blyanter. Den forudgående analyse har skullet sikre et så indgående kendskab til konteksten og vilkårene for journalisternes arbejde, at anbefalingerne i praksis kan føres ud i livet.

Det realiserbare er omdrejningspunktet for de didaktiske overvejelser, hvilket fx i appliceringen af forskningsprojektet om breve fordrer, at det ikke kun er produkterne fra den enkelte organisation, der analyseres, men også selve kulturen. Hvordan er den interne tone, hvad kan man ... og hvad

kan man ikke? Taler man overhovedet om kommunikationen? Osv. Det er jo let nok blot at opstille teoretiske idealer, holde et ideal-kursus og sige god arbejdslyst til kursisterne. Mange kurser har denne stil, og resultaterne bliver ofte overfladiske. "Ja, vi har været på et mægtig spændende kursus, og lige siden har vi ikke skrevet 'vedrørende' som overskrift i vores breve." Hvilken landvinding, når brevet stadig ikke er tilpasset situationen!

Kombinationen af situationsanalyse, en konstruktiv og situationel normativ tilgang til verden og didaktiske overvejelser før og i den konkrete situation burde sikre, at det ikke blot bliver et spørgsmål om stil, men et spørgsmål om retorik.

NOTER

1. Beskrives i *Orator* §70-71, §123, mens Quintilian er inde på det samme i *Institutio Oratoria* XI. bog henholdsvis §4, §43, §46, §48 og §90 m.m. Modellen beskrives af Fafner bl.a. i 1979:66.
2. En pointe vi understreger efter at have oplevet kompasset tolket anderledes, bl.a. af retorikteoretikeren George Kennedy, der mente, at placeringen af modtageren i midten kunne lede til den misvisende opfattelse, at modtageren kun var relevant som spejlbillede af de øvrige faktorer, så man derved forsømte at undersøge fx modtagers egen (sociokulturelle) kontekst.

LITTERATUR

- Cicero (1982): *De retoriske skrifter*. (Red.) Thure Hastrup og Mogens Leisner-Jensen. Odense.
- Kock, Christian (1997): Retorikkens identitet. *Rhetorica Scandinavica* 1/1997. 10-20
- Fafner, Jørgen (1989): *Retorik. Klassisk & moderne*. Akademisk Forlag 1977, 3. opl. 1989.
- Fafner, J. (1997): Retorikkens brændpunkt. *Norsklæraren* 1/1990. Genoptrykt: *Rhetorica Scandinavica* 2/1997. 7-20
- Fafner, J. (1988): Retorikken i vor tid. *Interferens – om humaniora*. Odense.
- Fafner, J. (1985): Retorikk og propaganda. *Syn & Segn* 3.
- Fafner, J. (1977): Retorikken som universitetsfag. *Retorik Studier* 1.
- Lemée, Pernille Steensbech: *Christiansborg i medierne*. Arbejdstitel på ph.d.projekt, der forventes færdiggjort i begyndelsen af år 2001.
- Lund, Anne Katrine Lund: *Breve i brug. Fjernkommunikative genrer i retorisk perspektiv*. Arbejdstitel på ph.d.projekt, der forventes færdiggjort i begyndelsen af år 2000.
- Quintilian: *Institutio oratoria*. Loeb.