**Kapittel 4**

**A Tilleggsoppgave(r)**

**Tilleggsoppgaver retorikk og argumentasjon**

**1. Video om retorikk, med arbeidsoppgave**

Se videoen ”Hva er retorikk?”(<http://ndla.no/nb/node/77361>) og svar på spørsmåla:

1. Hva handler retorikken om, ifølge retorikk-professor Kjell Lars Berge?
2. Hva er de tre måter å overbevise på?
3. Hva er forskjellen mellom ”sant” og ”sannsynlig”?
4. Hvordan kan vi få tilhørerne til å godta noe som sant, selv om det bare er (mer eller mindre) sannsynlig?
5. I videoen omtales Åslaug Haga, tidligere leder for Senterpartiet, og Gerd-Liv Valla, tidligere leder for LO. Begge har måttet trekke seg fra sine respektive verv. Finn ut hva det er de to har blitt beskyldt for.
6. Hvilken type bevismiddel er det Haga og Valla først og fremst støtter seg til i de klippene vi får se?
7. Hva oppnår de på denne måten?
8. Hva må en vellykket forsvarstale inneholde, ifølge medieforsker Elin Strand Horne?

**2. Video om reklamefilmens retorikk, med arbeidsoppgave**

Se videoen «Reklamefilmen: retorikk i praksis» (<http://ndla.no/nb/node/74606>) og jobb med spørsmåla.

1. Hva er hovedformålet med en reklamefilm?
2. Reklamefilmen må treffe følelsene til folk, sier Art Director i Try reklamebyrå Stian Johansen.
	* + Hva er forutsetningen for at man skal klare det?
		+ Hva kalles dette bevismidlet med et faguttrykk fra retorikken?
3. I videoen vises utdrag fra en reklamefilm for førstehjemslån fra DNB Nor som eksempel.
	* + Hvorfor var målgruppa for filmen en utfordring for filmskaperne?
		+ Hvordan løste de denne utfordringa?
4. Fortellingen er et sentralt virkemiddel i reklamefilmer. Hva sier Stian Johansen og Janne Brenda Lysøen om dette virkemidlet?
5. Musikk er også et viktig virkemiddel i reklamefilmer. Den kan for eksempel brukes til å understreke det visuelle innholdet, eller til å skape en kontrast til det. Den kan også brukes til å skape nærhet eller avstand til det tilskueren ser. Hvordan er musikk og lyd brukt i de tre reklamefilmeksemplene som er omtalt i videoen?
6. Et annet vanlig virkemiddel i en reklamefilm er bruken av fortellerstemme. Beskriv bruken av fortellerstemme i de tre reklamefilm-eksemplene du har fått presentert i videoen.

**3. Analyse av argumentasjon og virkemiddelbruk i en reklamefilm**

Mange norske bedrifter legger ut reklamefilmene sine på egne nettsider eller på YouTube, for eksempel

* banker som DnB (<https://www.youtube.com/user/DNB>)
* Tine-konsernet (<https://www.youtube.com/user/TineGruppa>) – bl.a. Norvegia- og No Milk Today-filmene
* Lerum (<http://www.lerum.no/reklamefilmar>)
* eller andre (for eksempel <https://www.youtube.com/watch?v=jPVTdjiDyrM>)

Jobb gjerne sammen med en medstudent. Velg dere en reklamefilm som dere liker og analyser argumentasjon og virkemiddelbruk. Dere kan ta utgangspunkt i punktene nedenfor.

Presenter deretter filmen og analysen for klassen.

### Den retoriske situasjonen: Hvem sier hva til hvem, hvor, når, hvordan og hvorfor?

1. Hvem er avsenderen (bedriften)? Vet du noe om hvilke verdier bedriften gjerne vil forbindes med?
2. Hva er produktet filmen handler om? Hva skal selges?
3. Hvem er målgruppa for filmen?

### Filmfortellingen (handlingen)

1. Har filmen en innledning, eller begynner den midt i handlingen?
2. Forteller filmen én historie, eller består den av små episoder?
3. Gi et kort sammendrag av handlingen.
4. Prøv å beskrive mennesker og omgivelser i filmen. Er det noen personer som opptrer «som seg selv», for eksempel kjendiser eller eksperter?
5. Kobles handlingen i filmen mot produktet fra starten av? Eller underveis i filmen, eller helt på slutten?
6. Hva får vi vite om produktet (eller produsenten eller bedriften) til slutt? Hva får vi se de siste sekundene?
7. Hva er sammenhengen mellom produktet og filmfortellingen? Forklar.

### Argumentasjonen i filmen: etos, logos og patos

1. Hva er salgsargumentet (hovedargumentet) som sender bruker i filmen?
2. Hva er det sender satser mest på i denne filmen – å bygge opp sin troverdighet (etos) og appellere til følelsene (patos), eller å gi saksinformasjon (logos)? Grunngi svaret.
3. Forklar hvordan sender bruker disse virkemidlene for å bygge opp troverdighet, vekke følelser og/eller informere:
* utvelging av handling og scener, personer og miljø i filmen
* fortellerstemme (voiceover)
* dialog og skriftlig tekst
* humor
* musikk
* eventuelt andre virkemidler

**4. Vanlige argumentasjonsmåter**

Det fins en del argumentasjonsmåter som er så mye brukt at vi nesten ikke er bevisst på at de kan være lettvinte, tvilsomme eller uakseptable. Her er en (langt fra utfyllende) liste:

* å vise til eksperter og autoriteter
* å hevde at en har flertallet med seg
* å appellere til fornuften
* å spille på fordommer (urimelige generaliseringer)
* å bruke (følelses)-ladde ord og uttrykk
* å uttrykke seg vanskelig for å imponere eller skremme
* å skjønnmale og/eller tåkelegge en sak eller situasjon
* å gjenta påstander eller argumenter mange ganger
* å spille på vaner og tradisjoner
* å hevde at noe er best fordi det er nytt
* å «ta mannen i stedet for ballen» (personangrep)

Se på eksempelsetningene nedenfor og avgjør hvilket ”knep” taleren har brukt.

1. Hvordan kan du, som alltid er så fornuftig, gå hen og forelske deg i denne sleske typen?
2. Dansker er livsnytere, svensker er gjerrige, og nordmenn er bare trauste og kjedelige.
3. Vi har da alltid spist dessert også på hverdager. Hvorfor skal vi plutselig slutte med det?
4. Du er så søt når du er sint!
5. Disse høyblokkene er framtiden. Vi burde satse på å bygge noen også i vår kommune.
6. Dette flotte, uegoistiske forslaget må vi bare støtte!
7. Helsemyndighetene anbefaler at vi spiser mindre kjøtt. Derfor foreslår jeg vi går inn for en vegetardag i uka.
8. Stem smart ­– stem FrP!
9. I filmen Pulp Fiction fungerer voldsscenene som narrative klimaks. De bidrar til å motivere og drive fram handlingen som repetitive ekko.
10. Det er all grunn til å slå fast: Filmvold er skadelig! Filmvold er moralsk forkastelig! Filmvold bør forbys!»
11. Nå må du skjerpe deg! Finnes det to sammenhengende tanker i hodet ditt i det hele tatt?
12. Håndverkere er noen sleipinger. De kommer og går når det passer dem, og de tar seg altfor godt betalt.
13. Bedriften vil sette i verk en strategisk framtidsanalyse for å optimalisere personalets yteevne.
14. Stadig flere nordmenn skaffer seg varmepumpe. Gjør en lur investering, du også!
15. Alle vet jo at Martin stemmer AP, så vi får ta denne påstanden med en klype salt …
16. Alle oppegående mennesker i dette landet har jo for lengst skjønt at bileierne bare er melkekyr for staten!
17. Over 95 prosent av kundene våre er fornøyde.
18. Noe annet var jo ikke å vente fra deg. Vi vet da alle at du ikke gjør annet enn å smiske for sjefen!
19. Til og med statsministeren mener at vi må reformere dagens trygdeordning.

**5 Vurder argumentasjonen**

Hvilke av argumentene nedenfor synes du er relevante for en person som vurderer å melde seg inn i en fagforening, og hvorfor?

1. Arbeidstakere må stå sammen for å oppnå og bevare gode arbeidsforhold.
2. Lederen av forbundet er veldig sympatisk.
3. Fagforeningen kan hjelpe deg dersom du blir sagt opp på usaklig grunnlag.
4. Nesten alle andre på jobben her er medlemmer.
5. Fagforeningen bidrar til et godt samarbeid mellom ansatte og ledelse.
6. Fagorganisasjonen driver opplæringsvirksomhet.
7. Uten fagorganisasjoner ville vi aldri fått de rettighetene vi har i dag.
8. Du kan trekke fra en del av fagforeningskontingenten på selvangivelsen.

**Tilleggsoppgaver språklige virkemidler**

**6 Eufemismer**

Eufemismer eller forskjønnende uttrykk har vi (eller noen andre) bruk for i mange sammenhenger, og formålet med bruken kan variere fra det humoristiske til det mer suspekte. Forklar hva eufemismene nedenfor betyr:

1. å ha levd en stund
2. ubudne gjester
3. voksenfilm
4. mannen med ljåen
5. min bedre halvdel
6. ikke være vel bevart
7. et visst sted
8. en pikenes Jens
9. innsatt
10. glamourmodell
11. Little Boy, Fat Man
12. kirurgisk krigføring

**7 Klisjeer**

Klisjeer er språklige bilder og fraser i hverdagsspråket som har blitt mer eller mindre forslitt. Men hva betyr egentlig klisjeene nedenfor? Forklar.

1. å måtte bite i det sure eplet
2. å ha begge beina på jorda
3. å tråkke i salaten
4. å falle i fisk
5. å se gjennom fingrene med noe
6. å skille klinten fra hveten
7. å bli smuldret av tidens tann
8. å ha et hjerte av gull
9. å telle på knappene
10. å være helt på jordet
11. å se lyset i enden av tunnelen

**8 Ordtak og ordspråk**

Ordtak og ordspråk inneholder ofte sammenlikninger og språklige bilder. Forklar hva disse ordtaka betyr:

1. Du skal ikke skue hunden på hårene.
2. Kjært barn har mange navn.
3. En fugl i hånda er bedre enn ti på taket.
4. Som en roper i skogen, får en svar.
5. En må smi mens jernet er varmt.
6. En må tute med de ulver som er ute.

**9 Språklige virkemidler – roman**

Les utdraget fra romanen.

1. Pek på to viktige språklige virkemidler i teksten, og gi eksempler.
2. Skriv om utdraget og erstatt virkemidlene med ”normalspråk”. Hva er det som går tapt?

Man kan si mye om lærer Lue, men fallhøyde, det hadde han. Allerede da han kom bortover gangen, forstod vi at skuffelsen på ny hadde tatt ham i kragen og rista spott og ironi fram i den tørre, bitre kroppen. Han kom med stilbunken under armene, gikk med forte, hoggende skritt, som lederen for et janitsjarorkester. Blikket brant gjennom oss som røntgenstråler, et vanvittig smil krølla seg under den dunete nesa, og han sa ikke et ord. Han bare låste oss inn, satte seg ved kateteret med stilbunken som et truende tårn foran seg, og der blei han sittende, stum som en sko.

Fra *Beatles* av Lars Saabye Christensen

**10 Språklige virkemidler – prosadiktning**

Les tekstutdraget nedenfor.

1. Hva er det viktigste språklige virkemidlet i tekstutdraget?
2. Hva oppnår forfatteren ved å bruke dette virkemidlet?

**Profetens syn på glede og sorg**

Noen av dere sier: «Gleden er større enn sorgen», og andre sier: «Nei, sorgen er størst». Men jeg sier dere at de er uatskillelige. Sammen kommer de, og når den ene sitter alene med deg ved ditt bord, skal du huske at den andre sover i din seng.

Fra *Profeten* av Kahlil Gibran

**11 Språklige virkemidler – romanutdrag**

Les tekstutdraget nedenfor.

1. Hvilke språklige virkemidler bruker forfatteren for å gi teksten trykk og skildringen liv? Gi eksempler.
2. Hvordan vil du karakterisere stilen i tekstutdraget?

Det ble en heidundrende fest i B-52. Etter at Rosa-Lisa hadde ferska den store nyheten, gikk det neppe mer enn ti minutter før hele kåken var klar over at Charly satt stinn av gryn oppe i tredje, og alle visste at Charly ikke var den som kneip. Den ene etter den andre stakk tilfeldigvis innom, og etter noen timer var rommet stappfullt av de underligste dyra Oslo-jungelen hadde å by på. Charly, Rita og jeg hadde sikra oss sofaen, vi brukte vinduskarmen som barskap og bord og gata nede som askebeger. I det andre vinduet satt den navnløse rockeren med burgunderrød sjøstjernefrisyre, ring i nesa,

tatovert amatørmessig over hele panna. Han var kledd i en utslitt lærfrakk, og bortsett fra det hadde han ikke annet på seg enn cowboystøvler og underbukse med dårlig strikk. Han hadde trukket beina oppunder seg i karmen, satt i lotusstilling og så mest ut som et blasfemisk Buddha-bilde.

Fra *Hvite niggere* av Ingvar Ambjørnsen, 1986

**12 Språklege verkemiddel – prosadikt**

Les teksten nedanfor.

Kva er tema og bodskap i teksten?

1. Gjer greie for bruken av gjentaking og kontrast.
2. Teksten inneheld ei liste over ting ein ikkje kan få kjøpt for pengar. Korleis understrekar denne lista bodskapen til forfattaren?
3. Forfattaren bruker omgrepa «skalet av ein ting» og «kjernen av ein ting».
	1. Kva meiner han med det?
	2. Kva slags uttrykk er dette? (Verkemiddel)

**Om pengar**

Pengar har ikkje nokon verd i seg sjølve. Du kan ikkje ete dei, ikkje drikke dei, ikkje kle deg med dei. Du kunne ha lomma full av pengar, og svelte, tyrste, fryse i hel – om det ikkje var mat og drikke og klede å få.

Pengar er langt ifrå det største gode, ikkje det nest største heller. Men dei er eit stort gode for dei som brukar dei vitug.

For pengar kan ein få alt, heiter det. – Nei, ein kan ikkje det.

Ein kan kjøpa seg mat, men ikkje mathug,
dropar, men ikkje helse,
mjuke senger, men ikkje svevn,
lærdom, men ikkje vit,
stas, men ikkje venleik,
glans, men ikkje hyggje,
moro, men ikkje glede,
kameratar, men ikkje truskap,
gråe hår, men ikkje ære,
rolege dagar, men ikkje fred.

Skalet av alle ting kan ein få for pengar. Men ikkje kjernen; den er ikkje for pengar fal.

Arne Garborg

**13 Rytme som språklig virkemiddel**

Rytme er et språklig virkemiddel som vi kanskje først og fremst forbinder med dikt, men også i sakprosatekster kan rytmen ha en viktig funksjon – ørene våre liker rytme!

Les de to tekstutdragene nedenfor.

1. Hvilke adjektiv nedenfor passer etter ditt syn best til å beskrive rytmen i hver av tekstene?

*rolig, fast, myk, langsom, urolig, rask, hard, spretten*
2. Hva slags stemning bidrar rytmen til å skape i utdraget av boka?
3. Hvordan understreker rytmen i diktet «Regn» selve innholdet i teksten?

Hva skjer når vi leser? Øyet følger svarte bokstaver på det hvite papiret fra venstre mot høyre, igjen og igjen. Og skikkelser, natur eller tanker som en annen har tenkt, nylig eller for tusen år siden, trer frem i vår fantasi. Det er et større under enn at man har fått et såkorn fra faraoenes gravkamre til å spire. Og likevel skjer det hvert eneste øyeblikk.

De mennesker vi møter i bøkene, ligner de levende. De taler som vi, puster som vi, gråter og ler som vi. Men rekker vi ut armene for å omfavne dem, griper vi i den tomme luft.

Det finnes en gammel lære om Gud som forfatter. Gud skrev Bibelen, og etter hvert som han skrev ble verden til. Han skrev Adam, og Adam trådte frem i kjøtt og blod. Han skrev Eva, og Eva sto blomstrende under kunnskapens tre. Så langt har ennå ingen forfatter drevet det til. Men de ambisiøse forsøker.

Fra *Om kunsten å lese og skrive* av Olof Lagerkrantz

**Regn (Impromptu)**

En er en, og to er to –

vi hopper i vann,

vi triller i sand.

Sikksakk,

vi drypper på tak,

tikk-takk,

det regner i dag.

Regn, regn, regn, regn,

øsende regn,

pøsende regn,

regn, regn, regn, regn,

deilig og vått,

deilig og rått!

En er en, og to er to –

vi hopper i vann,

vi triller i sand.

Sikksakk,

vi drypper på tak,

tikk-takk,

det regner i dag.

Sigbjørn Obstfelder