



KKG 2008

Naturbevaringsdiskurser på nettet

Komparativ analyse af italesættelsen af naturbevaring på to zooers websites

af Morten Brynildsen

Titelblad

Titel Naturbevaringsdiskurser på nettet – Komparativ analyse af italesættelsen af naturbevaring på to zoos websites

Forfatter Morten Brynildsen

Semester 10. semester, speciale

Uddannelsesretning Kultur, Kommunikation og Globalisering ved Aalborg Universitet

Vejleder Malene Gram

Afleveringsdato 2. juni 2008

Antal sider 72 sider (55,8 normalsider af 2400 anslag)

Anslag 133.890

Abstract

Throughout the past twenty years, the role of the modern day zoological garden has changed. While it used to be all about selling tickets at the entrance, today sustainability and nature preservation have become primary goals. Green consumerism sparked by drastic climate changes has made knowing how to communicate about conservation important. But what is the best way to communicate sustainability and nature preservation? In this thesis, nature preservation mission statements from two zoos, one from Denmark and the other from the UK, will be analyzed to answer the following questions:

- “How is conservation communicated by Aalborg Zoo and Marwell Zoo in their conservation mission statements online?”
- “What is the connection between the linguistic choices they make, and the cultures they represent?”

From the vantage point of the hermeneutic and constructivist traditions, the thesis will perform comparative rhetorical and genre analyses on the two mission statements. These analyses will determine what characterizes the mission statement and how rhetorical strategies are used to support the purpose of the texts. The cultural dimension in the communication of the texts is analyzed using Gadamer’s theories of horizon and pre-understanding.

Analysis of the move structures of the two texts found that the two zoos use the similar rhetoric strategies to communication conservation although at times in slightly different ways. Marwell Zoo uses a scientific discourse in a well defined move structure. Aalborg Zoo, on the other hand, uses a more direct and personal approach in communicating conservation. By using engaging graphics and borrowing goodwill from other organizations, Aalborg Zoo seeks to enlighten the reader of the mission statement and provoke them into acting on the communication. Marwell Zoo tries to convince the reader that they have the best conservation projects and that they are trustworthy proponents of the conservation issues by using logical arguments and a language riddled with positive connotations.

While there definitely seems to be a connection between the linguistic choices made by the zoos and their cultures, it is difficult to point out exactly how it works. The inductive method of trying to conclude which culture a certain language use belongs to has been far from successful. It is easier to establish and prove the relationship the other way around, that a certain culture uses a certain language.

Indholdsfortegnelse

Figuroversigt.....	4
Indledning.....	5
Problemformulering.....	7
Definitioner.....	8
Metode.....	8
Zoernes historie.....	10
Aalborg Zoo.....	13
Marwell Zoo.....	14
Teori.....	16
Sproget og erkendelsen.....	16
Kultur og hermeneutik.....	17
Kommunikationsteori.....	21
Sprogteori.....	27
Genrer og teksttyper.....	31
Formål.....	36
Kommunikationssituation og kulturel kontekst.....	37
Retoriske strategier.....	40
Analyse og diskussion.....	48
Mikroanalyse af Marwell Zoos mission statement.....	49
Makroanalyse af Marwell Zoos mission statement.....	55
Mikroanalyse af Aalborg Zoos mission statement.....	57
Makroanalyse af Aalborg Zoos mission statement.....	63
Konklusion og perspektivering.....	67
Bibliografi.....	69
Bilag 1: Marwell Zoos mission statement.....	71
Bilag 2: Aalborg Zoos mission statement.....	72

Figuroversigt

Figur 1 Kulturens grundlæggende egenskaber.....	6
Figur 2 Oversigt over specialets hoveddele.....	9
Figur 3 Afbildning af en af de første zooer i Europa: Louis XIVs menageri i Versailles	10
Figur 4 Aalborg Zoos hjemmeside på www.aalborgzoo.dk	14
Figur 5 Marwell Zoos hjemmeside på www.marwell.org.uk	15
Figur 6 Shannon og Weavers kommunikationsmodel.....	22
Figur 7 Schramms kommunikationsmodel	23
Figur 8 Kommunikationsmodel til analyse	23
Figur 9 Den uendelige kommunikationsmodel	24
Figur 10 Swales' genremodel.....	33
Figur 11 Ditlevsens trekantsmodel for genrebestemmelse	34
Figur 12 Trekantsmodel til analyse.....	35
Figur 13 Trækstruktur for Marwell Zoos mission statement.....	50
Figur 14 Trekantmodel for Marwell Zoos mission statement	55
Figur 15 Trækstruktur for Aalborg Zoos mission statement	58
Figur 16 Trekantmodel for Aalborg Zoos mission statement.....	62
Figur 17 Besøgende på Aalborg Zoos hjemmeside den 13. maj 2008.....	64

Indledning

”Al Gores film *An Inconvenient Truth* er præget af personfikserede sentenser og en række elementer der mere eller mere stimulerer hjertet end hjernen.”¹

Således indledes en analyse de retoriske strategier, Al Gore bruger i sin film og sine foredrag om den (hans) ubekvemme sandhed: At vi er ved at kvæle planeten med vores dårlige forbrugsvaner. Analysen, som er skrevet af to sprogforskere fra Handelshøjskolen i København, gennemgår de argumentationskneb og sproglige virkemidler, som Al Gore bruger til at sælge sit budskab. Konklusionen er, at Al Gore ved hjælp af sine mere eller mindre lødige og etisk bæredygtige argumenter effektivt får sin dagsorden ud over rampen – men at han ikke yder et særligt debatskabende indlæg med sin film. Den slags skræmmetaktikker og lidt for smart retorik fra miljøfolk har gennem de seneste årtier givet de progressive miljøforkæmpere noget skrammer i diskursen. Den kollektive troværdighed er blevet undermineret.²

Det er sprog og bæredygtighedsretorik, det skal handle om i dette speciale – bæredygtighed i form af naturbevaring. Mere specifikt skal det handle om, hvordan to zooer formidler naturbevaring. Zooerne er en dansk zoo, Aalborg Zoo, og en engelsk zoo, Marwell Zoo. De har begge i mange år været aktive i naturbevaringsprojekter, og de er nogle af de zooer, der sætter standarden for deres konkurrenter.³

De zoologiske haver er i løbet af de seneste århundreder gået fra at være menagerier med en tvivlsom dyreetik til at være fyrtårne for naturbevaring – ifølge mange af zooerne selv, vel at mærke.⁴ Hvordan udformer zooerne deres sproglige salgspunkter, når det gælder om at formidle om de naturbevarende tiltag, der i dag står som organisationernes grundlag? Der findes rigtig mange forskellige måder at argumentere sin sag på. Argumenterne kan være rettet mod hjernen, hjertet eller menneskets autoritetstro. De kan være snedige og skjulte eller åbne og ligefremme. De kan være komplekse eller simple, fordrejende eller oplysende.

I en kommunikationssituation kan man både tale om en tekst i sig selv, teksten som udtryk for afsender eller teksten, som den modtages af læseren. I retorikken tager man udgangspunkt

¹ Gabrielsen & Mouton (2008, s. 14)

² Ottman (1998), Grant (2007)

³ Marwell Zoo har helt fra starten fokuseret på naturbevaring og har skrevet det ind som en del af zooens grundlæggende mission. Aalborg Zoo er ”opvokset” i en anden tid, før naturbevaring kom på plakaten, men har siden 1990’erne været igennem en rivende udvikling og har blandt andet startet det internationale program Zoos Go Wild, der formidler kontakt mellem naturbevaringsprojekter ude i verden og zooer, der kan sponsere disse. Oplysningerne er hentet fra zooernes egne hjemmesider, fra samtaler med conservation officers ved Aalborg Zoo og Randers Regnskov, fra paraplyorganisationer som EAZA og WAZA, Wikipedia.org samt fra Jørgensen B. (1993) og Frische & Storm (1985).

⁴ Norton (1995), Lee (2005)

afsenders tekst. Læren om retorikken er læren om, hvordan man producerer og sammensætter tekster.⁵ Læren centrerer omkring den tanke, at tekster produceres af bestemte sprogbrugere, der er opvokset i bestemte traditioner. Derfor kan man i den retoriske tradition uddrage et billede af en teksts forfatter ved at kigge nærmere på det, vedkommende skriver.

Sproget er både et middel til at kommunikere med, men det er også et udtryk for kulturel dannelse på samme måde som politik, moral og kunst er det. Sproget udtrykker den kultur, som forfatteren er socialiseret i. De sproglige valg, en forfatter foretager både grammatisk, syntaktisk, billedligt og argumenterende siger noget om forfatteren selv og dennes kulturelle mønster. Sproget er indeholdt i de erkendelser og tanker, som vi som mennesker har. Det er ikke sådan, at vi først tænker en tanke uden for sproget og derefter iklæder den det rette ordvalg. Sproget, kulturen og erkendelsen hænger unægtelig sammen.⁶

For at kunne tale om en kulturel baggrund er det praktisk at præcisere, hvad der menes med kultur. Der er skrevet rigtig meget om kultur, og der findes i litteraturen utallige definitioner på kultur. Dette speciales hovedområde er dog ikke kultur, men derimod mere de sproglige valg, der træffes på baggrund af kulturen. I bogen *Meanings and messages*, der omhandler interkulturel forretningskommunikation, skriver forfatterne Askehave og Norlyk, at de fleste kulturdefinitioner kredser om følgende egenskaber ved kultur:

1. Kultur er et system af menneskers delte opførsel, idéer, værdier og leveregler
2. Kultur er resultatet af en læreproces
3. Kultur skabes i sociale kontekster
4. Kultur udtrykkes i gennem symboler
5. Kulturen tages for givet og anses for naturlig af en given kulturs egne medlemmer

Figur 1 Kulturens grundlæggende egenskaber⁷

Disse punkter opsummerer meget godt, hvad der ses som det vigtige i dette speciale: at kulturen er noget, der indlæres og skabes i sociale sammenhænge, udtrykkes gennem sprog (blandt andet udtryksformer) og for mange er noget, der virker på et ubevidst plan.

⁵ Niels Haastrup i Jørgensen & Geist (1996)

⁶ Lund, Pihl, & Sløk (1962)

⁷ Askehave & Norlyk (2006, s. 8)

Specialet vil, ved at undersøge forskellige sproglige strategier og deres kontekster, søge at afdække, hvordan zooerne udtrykker naturbevaring og den mission, det er at formidle naturbevaring. Specialet kigger specifikt på de to zoers hjemmesidetekster og perspektiverer dem til hinanden for at se, hvilken indflydelse den internationale dimension kunne øve på deres udformning. Afsender (og modtagers) forudforståelser af naturbevaring er undersøges her. Alle teksterne har nødvendigvis et formål og en form, som er blevet aktivt valgt af budskabets afsender – og ifølge de teorier om sprog, kultur og erkendelse, som dette speciale er bygget op over, så giver det information om afsenderen, som kan dechifrereres i analysen.

Problemformulering

Specialet vil undersøge forskelle i den diskurs, Aalborg Zoo og Marwell Zoo bruger, når de skriver om naturbevaring på naturbevaringssektionerne på deres hjemmesider. De to zooer ses i branchen som førende inden for formidlingen af naturbevaring i hver deres land – Danmark og England. Specialet ser på, hvordan de sammensætter deres mission statements for naturbevaring – både i forhold til indhold, den kommunikative situation og den kulturelle kontekst. Udover en typebestemmelse af zooernes tekster, vil jeg udføre en retorisk analyse af de trækstrukturer og tilhørende sproglige strategier, de bruger i de udvalgte hjemmesidetekster. I analysen inddrages den aktuelle kommunikationssituation og -kontekst, herunder afsender og modtagerforhold, der om muligt vil give indsigt i afsenders kulturelle horisont og forudforståelse af naturbevaring.

Denne afdækning vil senere kunne bruges som inspiration af andre zooer, når de skal indfri de løfter, de har givet om at sætte naturbevaringen i centrum.⁸ Specialets problemformulering udgøres af følgende to hovedspørgsmål (inklusive to underspørgsmål til hovedspørgsmål 1):

- 1. Hvordan italesætter Aalborg Zoo og Marwell Zoo naturbevaring i deres mission statements på internettet?**
 - a. Hvilken type tekster er zooernes mission statements, og hvad karakteriserer dem?**
 - b. Hvilke retoriske strategier bruger zooerne til at realisere de to teksters budskaber?**
- 2. Hvordan er sammenhængen mellem de sproglige valg, zooerne tager i kommunikationsprocessen, og de kulturer, de repræsenterer?**

⁸ Se mere om zooernes organisering og de indbyrdes aftaler, der er lavet i internationalt regi mht. naturbevaring i kapitlet *Zoernes historie*.

Definitioner

Der er enkelte ord, som det vil være praktisk at få afklaret betydningen af fra starten.

En **website** refererer til det samlede korpus af indholdssider, som er samlet på én URL. På normalt dansk betyder det, at en website består af flere indholdssider, hvor hver enkelt indholdsside svarer til ét html-dokument. Eksempelvis består websitet www.aalborgzoo.dk af 135 indholdssider, der hver er ét html-dokument.

Et andet begreb, der bliver brugt meget i specialet, er **naturbevaring**. Det betegner den aktive indsats for at, direkte eller indirekte, beskytte biodiversiteten i verdens flora og fauna, både på lokalt og globalt plan. *In situ*-naturbevaring er udtryk for naturbevaring, der foregår der, hvor det dyr eller den plante, man beskytter, hører hjemme. Når en dansk zoo eksempelvis støtter et regnskovsprojekt i Ecuador, så er det *in situ*-naturbevaring. Det modsatte begreb er *ex situ*-naturbevaring, hvor man tager det dyr eller den plante, man skal beskytte, ud af det naturlige habitat, hvor det ellers hører hjemme. Eksempelvis gør man det med dyrearter, hvis habitater er ved at forsvinde, og som derfor er ved at uddø. Så tager man eksemplarer af arten ind i de zoologiske haver for der at opbygge en sund population i fangenskab.

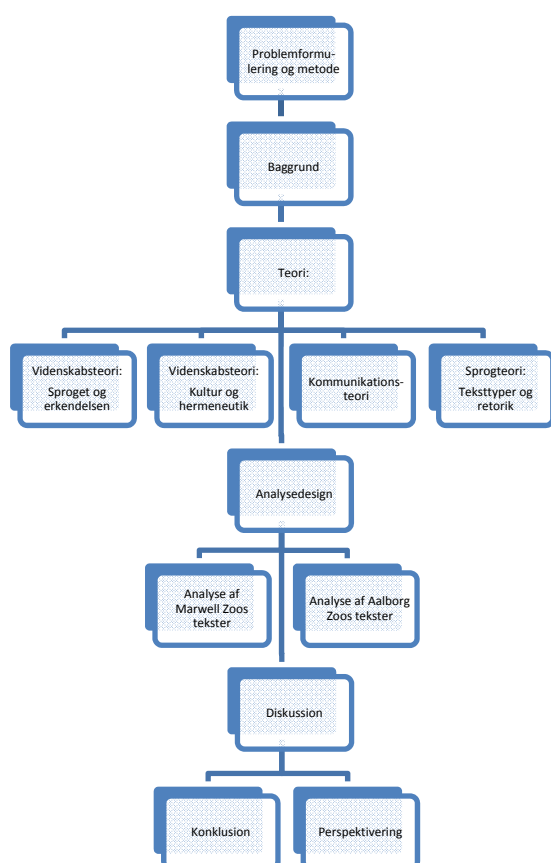
Metode

Jeg har valgt i specialet at arbejde ud fra en konstruktivistisk og hermeneutisk, fortolkende tradition. Specialet arbejder med mange diffuse begreber, såsom sprog, kultur og erkendelse. Jeg har i forhold til de emner en funktionalistisk og relativistisk tilgang til dem, isæt mht. sprogbrug. Relativismen bunder i, at jeg mener, at man i mange arbejdssammenhænge med kultur, sprog og erkendelse ikke kan nå frem til et endelig resultat. Ud fra det konstruktivistiske perspektiv er sandheden, hvad vi kan blive enige om – ikke noget absolut defineret. Den hermeneutiske tilgang er valgt fordi, at når man dykker ned i sproget, så er det utroligt mange betydningsforskelle gemt deri og det er umuligt på positivistisk facon at regne sig frem til alle mulighederne. Her er det mere praktisk at empatisk fat i situationen og prøve at fortolke en mening frem baseret på de inputs, man har til rådighed.

Med hensyn til empirien, så har jeg til Aalborg Zoo-analyserne brugt følgende primærkilder: Aalborg Zoos hjemmeside, Aalborg Zoos årsberetninger og egne observationer og erfaringer fra Aalborg Zoo. Derudover har jeg løst diskuteret naturbevaring med Aalborg Zoos conservation officer, Jens Sigsgaard, og endelig har jeg i et enkelt tilfælde brugt en statistik fra Google Analytics.

Til Marwell Zoo-analyserne har jeg brugt hjemmesiden og en enkelt årsberetning som primære kilder og derudover har jeg også diskuteret Marwell Zoos naturbevaring med Jens Sigsgaard.

For at få overblik over specialets sammensætning, har jeg opstillet de enkelte dele i Figur 2 nedenfor. Med hensyn til det teoretiske grundlag, så bygger jeg videnskabsteorien om sprog, kultur, sprogpil og hermeutik på Hans-Georg Gadamer og Ludwig Wittgensteins egne tekster. Derudover bruges nogle filosofihistoriske gennemgange af bl.a. Skirbekk & Gilje (1995) og Lund, Pihl, & Sløk (1962). Kommunikationsteorien baseres på bl.a. Askehave (2005), Smith & Taylor (2004), Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003) og Jensen L. B. (1997). Endelig bygger den ligvistiske og retoriske sprogteori primært på Jørgensen & Onsberg (2003), Jørgensen & Geist (1996), Jensen L. B. (2004), Thurén (1996), Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003) og John Swales.



Figur 2 Oversigt over specialets hoveddele

Zoernes historie

Dette kapitel ser på zoernes historiske udvikling. Formålet med dette er at sætte specialet i den rigtige ramme, hvorfra naturbevaring er udsprunget. Derudover præsenteres de to aktører, Marwell Zoo og Aalborg Zoo, i slutningen af kapitlet. Kapitlet oplysninger er baserede på de generelle beskrivelser af zoernes udvikling Baratay & Hardouin-Fugier (2002), Frische & Storm (1985), Hancocks (2001), Lee (2005), Norton (1995), Tudge (1991) og Zimmermann, Hatchwell, Dickie, & West (2007).

I gamle dage var det primært gæsten og dennes oplevelse, der blev taget hensyn til, når man indfangede dyr, byggede anlæg og kommunikerede historier til gæsterne.



Figur 3 Afbildning af en af de første zooer i Europa: Louis XIVs menageri i Versailles

Zoerne kendes fra 1600-tallet som menagerier. De præsenteredes i flere europæiske lande som udstillingsvinduer for de eksotiske arter, man som kolonisateurer indsamlede over hele verden. Frankrig, Tyskland, Østrig og England var nogle af de første lande, der byggede menagerierne omkring deres hovedstæder. På dansk bruges ordet menageri om *en samling af levende, eksotiske dyr der vises frem som underholdning, fx mod betaling*.⁹ Dette citat repræsenterer ikke helt korrekt den måde, menageriet var i gamle dage. Det var ikke kun eksotiske dyr, man tog penge for at vise frem. For at vise verdens mangfoldighed og den evolutionære udvikling brugte flere menagerier indfødte mennesker fra kolonierne i deres udstillinger – negre, samoanere, eskimoer og indianere – til at sammenligne med primater som chimpanser, gorillaer og orangutanger.

⁹ Fra Den Danske Online Ordbog (www.ddoo.dk) besøgt den 20. maj 2008.

Anlæggene var bygget således, at gæsten havde det bedste udsyn. Dette betød, at dyrene som regel var i små bure og ikke havde nogle steder at gemme sig. Underholdningen af gæsten, og dermed profitten, var det primære mål for zooernes ejere. Dyrene indfangede man i naturen på store ekspeditioner, og man tog rigeligt med hjem til Europa. 9 ud af 10 dyr døde undervejs til deres nye hjem i de europæiske zooer, og grundet det mangelfulde kendskab til dyrehold døde mange af dyrene på kort tid efter ankomsten. Derefter bestilte man nye dyr hjem, og på den måde var den en meget bekostelig affære (og dermed meget prestigøst) at drive en zoologisk have.

Zooerne og menagerierne gav biologer og zoologer god mulighed for at forske i dyrene på nærmeste hold. I 1800-tallet levede den (på den tid) berømte eventyrer og dyretræner, Carl Hagenbeck. Han synes, det var ærgerligt, at gæsterne ikke kunne se dyrene udfolde sig, som han havde set dem i deres oprindelige habitater. Derfor begyndte han at konstruere anlæg, der så vidt som muligt lignede dyrenes oprindelige omgivelser i naturen. Denne arkitektoniske linje fører stort set alle verdens zooer videre i dag, når de skal konstruere nye anlæg.

Efter Anden Verdenskrig begyndte et nyt syn på naturen for alvor at vokse frem. Flere og flere zoologer og rejsende begyndte at kunne påvise, at mange arter er ved at uddø – stort set alle sammen på grund af menneskers handel med de flotte, farlige og eksotiske dyr. Efter en international konference i Frankrig dannedes IUCN, *International Union for Conservation of Nature*, i oktober 1948 som verdens første globale miljøorganisation. IUCN har i dag over tusind medlemsorganisationer og over titusind forskere, der bidrager til at finde pragmatiske løsninger på de problemstillinger, naturbevaring og udvikling står overfor. I 1960'erne forfatter flere medlemmer af IUCN det, som i 1973 blev godkendt som CITES-konventionen, *Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*. CITES er en aftale mellem regeringer, der forbyder handel med truede dyr og planter. Dette satte effektivt en stopper for indsamlingen af vilde dyr i naturen til zooer. I dag sker det kun i sjældne tilfælde og kun i forbindelse med naturbevaringsprojekter og avlssamarbejder, at vilde dyr indhentes direkte fra naturen til fangenskab. De fleste dyr i fangenskab i dag er født og opvokset i fangenskab. Zooerne bytter indbyrdes dyr for at forhindre indavl og bibeholde sunde gener i arterne.

Allerede lige inden Anden Verdenskrig var enkelte zooer begyndt at organisere sig, hvilket vil sige, at der var regelmæssige møder mellem direktørerne, hvor de diskuterede aktuelle emner og problemstillinger. Denne sammenslutning skulle senere blive til WAZA – World Association of Zoos and Aquariums. I dag er WAZA det grundlæggende, verdensomspændende forum, hvor repræsentanter fra alle godkendte zooer mødes og kan stå med fælles front. På regionalt og nationalt plan har WAZA underorganisationer, hvor arbejde af mere praktisk natur kan udføres.

Eksempelvis er de største danske zooer medlem af DAZA (Danish Association of Zoos and Aquariums), EAZA (European Association of Zoos and Aquariums) og WAZA.

Alle disse AZA'er har i dag oplysning om og bevaring af vilde dyr og planter (og dermed deres habitater) som deres primære formål – publikumsunderholdningen, som var vigtigt i gamle dage, er blevet forvist fra førstepladsen. WAZAs slogan er i dag *United for Conservation*.

Dermed er vi nået til det punkt i zooernes udvikling, hvor vi står i dag. Fokusset på bevaring af biodiversitet har været aktuelt i zoo-kredse siden 1980'erne, hvor man for alvor begyndte at tage zoologernes og miljøfolkenes advarsler til sig. Der blev arbejdet meget med naturbevaring op gennem 1990'erne. På europæisk plan blev blandt andet *Zoos Go Wild* født, hvilket er en dansk/engelsk NGO, der formidler kontakter mellem zooer og bæredygtighedsprojekter ude i verden, som savner støtte. I Danmark har Aalborg Zoo og Randers Regnskov herigennem været aktive støtter i projekter i Sydamerika i snart ti år.

Med den grønne udvikling i zooerne har formidlingen fået en meget større rolle end tidligere. Dette er sket i kombination med en teknologisk udvikling, der har givet zooerne mange flere platforme, hvorpå kommunikationen mellem zoo og gæst nu kan finde sted. Naturbevaringen kræver meget kommunikation. Emner som bæredygtighed over for naturen, beskyttelse af biodiversitet og omsorg for truede dyr og planter er komplekse. Det er information med mange facetter, der skal formidles på en hurtig og nem måde. Dertil kommer, at tendensen i medierne i dag er, at der kommer flere og flere informationer, der er mere fragmenteret, spredt på flere platforme og på den samme tid som før.

I 2005 mødtes WAZA til international konference om grøn markedsføring. Der forsøgte zooerne at blive enige om en generel kommunikationsstrategi, der skulle forsikre gæsten om, at zooerne gør alt hvad de kan for at redde både miljø, dyr og planter i deres daglige virke:

"Paying zoo and aquarium customers are increasingly aware of issues in **conservation, sustainability** and **animal welfare** - in part through marketing messages and educational interpretation. These customers or guests need to be strongly reassured over the **green** credentials of zoos and aquariums and be encouraged to become involved in efforts to create a better world for animals, plants and people. [...] Strongly reflecting this modern environmental movement, the theme of the 5th International Conference is that **conservation** and **sustainability** must become central to the values and activities of zoo marketing, branding, education and public relations."¹⁰

¹⁰ Adler (2005)

Én af konferencens hovedpunkter var mantraet *think globally, act locally*. Det er præcis i dette lys, at analysen af de to zoers kommunikation vil blive set. Formålet med kommunikationen er globalt – det gælder om at oplyse og få forbrugere op af sædet og ind i kampen for en bæredygtig verden. Formodningen, som skal enten forkastes eller verificeres i analysen er, at sprogbrugen, som er midlet til at nå forbrugerne stadig i høj grad er lokaliseret. Størstedelen af de forbrugere, som formodes at engagere sig i naturbevaring, er stadig i lokalområdet.¹¹ Det er i det interkulturelle spænd mellem danske og engelske zoers kommunikation og diskurs, at forskellene forhåbentlig vil vise sig.

Aalborg Zoo

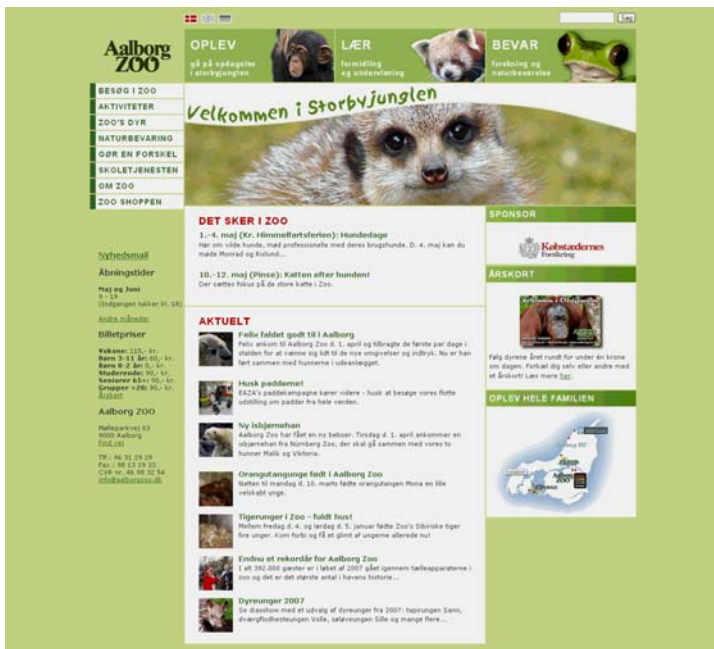
Aalborg Zoo blev grundlagt i 1935 og havde i 2006 knap 400.000 gæster om året. Det er en lille byzoo på 8 hektar, og den har ca. 140 forskellige dyrearter i anlæggene. Det er en selvejende institution, men omkring halvdelen af havens indtægter kommer fra tilskud fra Kulturministeriet, EU og andre fonde og organer.¹²

Aalborg Zoo har i de seneste 15-20 år fokuseret mere og mere på at gøre naturbevaring til en central del af organisationen. Zoen er i dag med i mange avlsprojekter med truede dyrearter og lægger vægt på formidlingens rolle i forhold til bæredygtighed. Aalborg Zoo blev som den første danske zoo miljøcertificeret efter ISO: 14001, hvilket betyder at medarbejderne i deres hverdag arbejder aktivt for at skåne lokalmiljøet i deres daglige omgang med ressourcer. Zoen støtter projekter i Grønland, der undersøger arternes tilstand i de polare egne, og i Ecuador, hvor zoen arbejder sammen med lokale stammer for at hindre fældning af regnskoven.¹³

¹¹ Dette er også kun en formodning, men det er min erfaring fra Aalborg Zoo, at de, der er interesserede i naturbevaring er de samme, som køber årskort og gør zoo til en fast bestanddel af deres oplevelsesliv. Årskortholderne for Aalborg Zoo kommer fortrinsvis fra Nordjylland.

¹² Se Kulturministeriets administrationssider for de præcise beløb: www.kumadm.dk. Beløbene kan sidestilles med Aalborg Zoos årsberetninger, der hvert år offentliggør regnskaber.

¹³ Baggrundoplysningerne om Aalborg Zoo og Marwell Zoo er hentet fra zoernes egne hjemmesider, fra samtaler med conservation officers ved Aalborg Zoo og Randers Regnskov, fra paraplyorganisationer som EAZA og WAZA, Wikipedia.org samt fra Jørgensen B. (1993) og Frische & Storm (1985).



Figur 4 Aalborg Zoos hjemmeside på www.aalborgzoo.dk

Aalborg Zoos website har i alt 135 indholdssider, og af dem er der referencer til naturbevaring på 48 af dem. På hjemmesiden er der specifik en naturbevaringssektion, og det er her teksten til analysen er taget fra.

Marwell Zoo

Marwell Zoo er en engelsk zoologisk have, der ligger sydvest for London uden på landet. Den er i zoo-år ikke så gammel, den blev grundlagt i 1972, og havde i 2006 omkring 460.000 gæster. Fra starten af har det primære formål for zoen været at oplyse om naturbevaring. Marwell Zoo drives af Marwell Preservation Trust, som er registreret som en velgørenhedsorganisation.

Marwell Zoo har siden grundlæggelsen været med i mange avlssamarbejder og habitatbeskyttelsesprogrammet både lokalt og globalt. I 1980'erne var zoen med til at genudsætte sabeloryxen, der var erklæret uddød i naturen – et projekt, som Aalborg Zoo også var med i.¹⁴

¹⁴ Baggrundsoplysningerne om Aalborg Zoo og Marwell Zoo er hentet fra zooernes egne hjemmesider, fra samtaler med conservation officers ved Aalborg Zoo og Randers Regnskov, fra paraplyorganisationer som EAZA og WAZA, Wikipedia.org samt fra Jørgensen B. (1993) og Frische & Storm (1985).



Figur 5 Marwell Zoos hjemmeside på www.marwell.org.uk

Marwell Zoos website har i alt 272 indholdssider, hvoraf 131 refererer til naturbevaring, hvilket for zoo-sites er en meget høj procentsats. Blandt andet har alle deres pressemeddelelser og nyheder en naturbevaringsvinkel. Naturbevaringsidéen gennemsyrrer hele deres website, men er også koncentreret i en *Conservation*-sektion, hvor deres egne projekter præsenteres. Analyseteksten fra Marwell Zoos website er taget fra denne *Conservation*-sektion på samme måde som ved Aalborg Zoo.

Nu da den naturbevaringsmæssige referenceramme samt de to aktører, der skal indgå i analysen, er på plads, er det på tide at se på den teori, der skal bruges til at analysere teksterne med. Vi begynder med at se på, hvordan sprog dannes, og hvorfor vi som mennesker vælger at konstruere sproget på den måde, vi nu engang gør.

Teori

I dette kapitel skal de teorier, begreber og modeller, der skal bruges i analysen, afklares. Kapitlet er inddelt i fire hoveddele:

1. *Sproget og erkendelsen* giver redskaber til at undersøge følgende spørgsmål: Hvordan etablerer vi sprogbrug, hvordan refererer det til omverdenen og hvilken betydning har det mellem os?
2. *Kultur og hermeneutik* giver redskaber til at undersøge følgende spørgsmål: Hvordan forstår man, og hvordan udvikler man sin sproglige erkendelse i samspil med andre mennesker?
3. *Kommunikationsteori* omhandler, hvordan man kan se på kommunikationsprocessen. En model for kommunikationen i analysen fremsættes, og dens enkeltdele uddybes.
4. *Sprogteori* afklarere nogle centrale begreber inden for lingvistikken. Der vises måder, man kan inddele tekster på samt redskaber til at udføre en retorisk analyse på tekst-internt niveau, som der skal gøres i analysen.

Sproget og erkendelsen

For at forstå baggrunden for de sproglige konstruktioner, som analyseres i dette speciale, må man tage udgangspunkt i, hvordan man i det hele taget konstruerer sprog og kultur. Helt tilbage fra de gamle græske filosoffers tid har mennesket beskæftiget sig med, hvordan viden, virkelighed og erkendelse hænger sammen. Eksisterer verden uden for menneskets forstand, er det en anden verden end den vi opfatter, og hvordan kan vi overhovedet være sikre på noget som helst?

Vi starter vores filosofi-introduktion med den østrigske filosof Ludwig Wittgenstein, der med begrebet *sprogspil* gav os en, for dette speciale, interessant idé til at anskue diskurser med. Wittgenstein er meget interessant for vores sprogforståelse. Når man taler om Wittgensteins filosofi, deler man den typisk op i to perioder. Den tidlige Wittgenstein præsenterede i bogen *Tractatus logico-philosophicus* det syn, at sproget afspejler virkeligheden. Det vil sige, at sproget virker som reference symboler eller signaler for virkeligheden. Senere bliver han mere løs i definitionerne. Wittgensteins syn på sproget og virkeligheden bliver senere omvendt i forhold til hans tidlige værk. Nu er sproget uafhængigt af virkeligheden, og virker som et ustruktureret system af betydninger, der giver os én af flere fremstillinger af virkeligheden.¹⁵ Wittgenstein gik væk fra

¹⁵ Collison (1987)

den logiske atomisme om, at der er en én-til-én-reaktion mellem sproget og virkeligheden, og for ham indeholdt sprogets enkeltdele, ord og sætninger, nu potentielt mange betydninger i forhold til virkeligheden i forskellige kontekster.¹⁶

For Wittgenstein betød sprogets mangfoldighed, at der måtte være mange latente betydninger gemt i sprogets bestanddele. Disse latente betydninger kan man realisere i forskellige kontekster og diskurser. Disse diskurser betegner Wittgenstein med ordet *sprogspil*, som Skirbekk & Gilje (1995, s. 310) i deres gennemgang af den (post)moderne filosofi definerer således: "konkrete sproglige brugssammenhænge af forskellig art, hvor sprog og handlinger indgår i en vis enhed." Når to personer kommunikerer, går de sammen i et fælles sprogspil, hvor de begge ytrer deres forestillinger om virkeligheden baseret på, hvordan de har lært at bruge sproget. De kaster sig selv aktivt ind i det fælles kognitive rum, hvor de så under samme horisont kan diskutere. Wittgensteins egentlige mål med sin sprogteori var at kurere sproget og vise, hvad der kan bruges, og hvad der ikke kan bruges i sproglige kontekster, hvilket man kan sige var et normativt og begrænsende projekt.¹⁷ Han hævdede selv, at han, når han snakkede om sprogspil, befandt sig uden for denne kategori – at hans egen sprogteori ikke var en del af et overordnet sprogspil. Det virker jo immervæk underligt, at en metadiskussion om sproget ikke selv skulle være en del af sproget, og de stemmer ikke overens med de øvrige sprogteorier, der bruges her. Ifølge hermeneutikken, som bliver beskrevet i de følgende kapitler, vil en tekst altid stå i relation til den kontekst, den er i.

Wittgensteins *sprogspils* rolle i specialet her og hvordan det bruges, uddybes nedenfor.

Fra Wittgenstein skal vi videre til nogle teorier om, hvordan vi opbygger vores forståelse. De udspringer af den såkaldte hermeneutiske tradition.

Kultur og hermeneutik

Martin Heidegger og Hans-Georg Gadamer var to eksponenter for den tradition, det nu skal handle om, som hedder hermeneutikken. Hermeneutik betyder at fortolke. Denne samfundsvidenskabelige tradition går ind for, at den eneste måde at forklare verden og alle dens begreber på, er ved at gå fortolkende ind i sagen. I modsætning til især naturvidenskabelige tilgange, hvor man søger objektivt at redegøre og beskrive verden, går man i hermeneutikken subjektivt ind i sit analyseobjekt og betragter det kvalitativt frem for kvantitativt. Metoden foretrækkes naturligt af samfundsvidenskaberne, da mennesker kan opføre sig så uregelmæssigt og irrationelt, at det kan

¹⁶ Skirbekk & Gilje (1995)

¹⁷ Lund, Pihl, & Sløk (1962)

være svært at putte dem i kasser. Det absolutte idealiserede eller rationelle udgangspunkt, hvorfra man burde kunne deducere alt, forkastes i hermeneutikken. Den totale objektivitet findes ikke. Vi ser hver især ud fra vores egen forudforståelse, og vi kan kun se ud til vores horisont. Vores horisonts grænser er ikke statiske, men kombineres, dannes og brydes igen og igen til nye horisonter i vores møde med verden. Derfor er det vigtigt for hermeneutikeren at have fortidsperspektivet, historien med, da det er denne, vi bruger til at teste nye horisonter mod. Testen af nye horisonter er jagten på forståelse – når vi opnår ny erkendelse, har vi flyttet vores horisont.¹⁸

I den dialektiske kamp mellem horisontudvidelse og validering i forhold til forudforståelsen finder vi ud af nye erfaringer. Måden at bruge sproget på er også en dialektisk kamp mellem det kendte og mellem nye udfoldelser. Hele tiden ændrer sproget sig – det er noget, vi gør i fællesskab. Sammen bliver vi enige om, at nye ord og sproglige konstruktioner er acceptable, og herefter indtræder de i vores horisont. At bruge sproget er en slags kamp eller dans, da sproget har sine egne horisonter, som stiller krav til os. Det både begrænser og udvikler. Men det er i det fælles sproglige rum, at vi kan indgå i samtale. Har vi ikke de samme forudforståelser, bliver vi nødt til at justere vores sproglige horisont for at opnå succesfuld kommunikation. Forståelsen går gennem det rum, hvor sproglige (såvel som kulturelle) horisonter overlapper. Gadamer bruger ofte oversætter-metaforen i sin teori om sprogets rolle i hermeneutik. Mellem en tysker og en japaner foregår der en oversættelsesproces, ofte repræsenteret ved en person, der oversætter. Oversættelsen mellem to nationalsprog er det ekstreme eksempel på de oversættelser, der altid sker i kommunikation – selv mellem folk med samme baggrund og kultur: "The fact that a foreign language is being translated means that this is simply an extreme case of hermeneutical difficulty – i.e., of alienness and its conquest. In fact all the *objects* with which traditional hermeneutics is concerned are alien in the same unequivocally defined sense."¹⁹

Hvor Heideggers hermeneutik tog sit udgangspunkt i mennesket og især dets poetiske og kunstneriske udfoldelser, tager Gadamer udgangspunkt i tekstforståelsen, hvorfor hans idéer har så stor relevans for dette speciale. Gadamer mener: "At forstå en tekst er derfor at forstå, hvad teksten påstår. At forstå meningen med en tekst er således knyttet sammen med det at forstå de sandhedskrav, som teksten rejser."²⁰ En tekst skal nødvendigvis ses i forhold til dens kontekst – ellers kan man ikke vurdere teksten ordentligt.

Gadamer fastslår, at man ikke kan frigøre sig fra tradition, vaner og fordomme. Derimod må ens personlige bagage, ifølge Gadamer, ikke ses som noget negativt og begrænsende. Tværtimod må

¹⁸ Skirbekk & Gilje (1995)

¹⁹ Gadamer (1995, s. 387)

²⁰ Skirbekk & Gilje (1995, s. 335)

man forholde sig aktivt til det, og anerkende det som en selvfølgelig del af enhver kommunikation. Idéen er meget på linje med Kant bidrag til subjektivismen, hvor den eneste tilgængelig virkelighed er den, vi selv skaber i sansemødet med verden – *das Ding für Uns*. Den måde, vi skaber vores subjektive virkelighed afhænger netop af de livssyn, traditioner og vaner, vi er blevet tillært i vores sociale opvækst.

Skirbekk & Gilje (1995) sammenfatter det således: ”Sprog bliver her forstået som den nedarvede meningshorisont, som vi bliver socialiseret ind i, og som vi forstår os selv og verden ud fra. Sproget er i denne forstand det, som binder os sammen som mennesker, og det, som formidler mellem os og verden.”²¹

En teksts mening eller intendere sproghandling ligger ikke inde i selve teksten. Den skal vi dechifrere ved at sammenholde det, som teksten siger med de oplysninger, vi har om kommunikatorerne, deres socialisering/kultur og den kommunikative situation. Med vores horisont går vi ned i teksten og gennem spørgsmål til tekstens indhold kan vi gå ud af teksten igen og relatere til forfatterens forudforståelse. Jo længere væk, man som modtager/analytiker er fra afsenderen/forfatterens horisont, jo sværere bliver arbejdet med at smelte horisonterne sammen, så man kan udlede de rette svar af teksten. Horisonterne er ikke ens og de er ikke de samme, som de var før, ved en horisont-sammensmeltning. I stedet har man opnået erkendelse og derved forstørret sin horisont:²² ”The horizon is the range of vision that includes everything that can be seen from a particular vantage point. [...] A person who has a horizon knows the relative significance of everything within this horizon, whether it is near or far, great or small. [...] To acquire a horizon means that one learns to look beyond what is close at hand – not in order to look away from it but to see it better, within a larger whole and in truer proportion.”²³ Dette er ikke altid en aktiv, bevidst proces, men ofte noget, der automatisk sker i mødet med andre(s) horisonter.

Vores sprog og interaktive sprogspil dannes som et led i vores kultur, hvor den miljømæssige oplæring sætter de basale grundregler for, hvordan vi konstruerer sætninger. Udskifter man miljøet og flytter til en anden kulturel diskurs, vil ens sprogbrug langsomt justere sig efter de nye forhold, og man vil smelte ind i denne nye diskurs. Dette humanistiske synspunkt støttes i dag af hjernevidenskaben, hvor det er påvist i forsøg, at hjernen ikke a priori er programmeret til en bestemt diskurs, men netop i stedet opfører sig plastisk. Det vil sige, at hjernens grundstrukturer ikke er urokkelige, men ændrer sig efter gentagen sansepåvirkning. Som eksempel har en japaner typisk kun ét center i hjernen, der tager sig af lydene / og r, fordi de på japanske ikke har funktionel

²¹ Ibid. s. 336

²² Gadamer (1995)

²³ Ibid. s. 302-305

forskel. I praksis gør det lige meget, om man udtaler *l* eller *r* på japansk. For japanere, der lærer engelsk, hvor der jo er betydelig forskel på de to bogstavers funktion, kan man måle, at deres center i hjernen for lydene *l* og *r* deler sig i to adskilte centre for hver lyd.²⁴ Det gør en stor forskel på engelsk, om man bestiller *rice and curry* eller *lice and cully*. Denne observation inden for neurologien, at hjernen fysisk udvikler sig sideløbende med sproget udvikling, støtter det faktum, at menneskets fysiologi er velegnet til omskiftelig erkendelse og sprogbrug.

Heidegger sagde, at vores forståelse er i løbende udvikling, og vi bygger altid ny forståelse oven på gammel forståelse, og dermed udvikler vi vores erkendelse og indsigt – præcis som de neurofysiologiske forsøg nu har bevist. For Heidegger er den hermeneutiske erkendelsesproces *grundmønstret* i vores udvikling. Den hermeneutiske (fortolkende) forståelse, billedliggjort ved den hermeneutiske cirkel, opstår ved, at "vi svinger mellem det kendte og ukendte, mellem del og helhed, således at vi ser nye sider og sikkert ser bedre og sandere – men er altid fejlbarlige i vores søgen."²⁵

Den hermeneutiske vekslen mellem del og helhed – den hermeneutiske cirkel – er central for dette speciale. Kombinationen af et nyt medie, en stor mængde data og en meget fortolkende og subjektiv tilgang kræver denne pingpong mellem observation, generalisering og validering. Så snart, jeg har analyseret en del, zoomer jeg ud og relaterer den til helheden – ser om den passer ind eller må forkastes, for kun igen at zoome ind på en ny eller samme del af helheden for at se den i den i lyset af den seneste generalisering. Denne vekslen mellem helheden og delene og den voksende forståelse derved, er det som Gadamer kalder den hermeneutiske cirkel (der er en art deduktiv-induktiv spiral til forståelse).

Når mennesker mødes i en tekst i en kommunikationssituation, koder og afkoder de den baseret på deres forudforståelse. Forudforståelsen optrænes via og tager udgangspunkt i erfaringerne fra tidligere lignende sprogbehandlinger. Man afspejler sin egen kulturs socialisering og dermed de værdier, som kulturen indeholder. I mødet med en anden kultur sammenligner man mere eller mindre ubevidst den fremmede kultur efter sin egen målestok, fordi det er ens base – ens horisont og forudforståelse.

Når man kommunikerer med personer fra en anden kultur, skal man ofte bruge ekstra energi og tid til at 'pejle sig ind' på hinanden og undgå misforståelser. Der er en tæt forbindelse mellem kommunikation og kultur. Ifølge den hermeneutiske tradition, optræder det samme budskab

²⁴ Eksemplet er taget fra radioudsendelsen *Ud med sproget* på Danmarks Radios P1. Udsendelsen blev sendt den 16. marts 2008, og kan høres på www.dr.dk/P1/udmedsproget/Udsendelser/2008/03/13174742.htm

²⁵ Skirbekk & Gilje (1995, s. 331)

optræder forskelligt fra kultur til kultur og fra kontekst til kontekst. Kulturen er mønsteret for de meningsdannelser, som ytres. Kommunikationen kan flytte på det normative kulturelle mønster, samtidig med at den er et udtryk for samme kultur. Hvis man kører hermeneutikkens argumenter ad det absurde, kan man sige, at der kun findes interkulturel kommunikation. Da kulturer ikke kun er nationalkulturer, men også udspringer af alder, musiksmag, erhverv, køn, etnicitet og alskens andre kategorier, kan man sige, at hver gang to mennesker mødes, sker der et møde mellem forskellige kulturer. Det moderne menneske defineres ikke kun ud fra en enkelt kultur. For at kunne arbejde praktisk med den interkulturelle kommunikation plejer man de facto at have en bagatelgrænse, der siger, at et kulturfællesskab kræver flere individer end ét. Alternativt bliver begrebet så bredt, at det ikke kan bruge i andet end filosofisk forstand.

Denne måde at se på forståelsen ligger i den konstruktivistiske tradition. Her er det netop hovedessensen, at den måde, vi ser verden på, ikke bare eksisterer *a priori*. Konstruktivismen indtager det synspunkt, at enkelte individer går sammen i fællesskaber og fortolker virkeligheden sammen. Derfor kan der i princippet ifølge denne tradition eksistere mange virkeligheder alt efter øjnene, der ser. Dette gør, at der ikke i den absolutte relativisme findes en sand viden om verden, kun det, der kommer tættest på at stemme overens med den sociale diskurs, som man på et givent tidspunkt befinder sig i.²⁶ Sandheden er med andre ord det, vi på forhånd er enige om.²⁷

Fra denne redegørelse af de kulturelle horisonter og den måde, vi går sammen i diskursfællesskaber på, skal det næste kapitel handle om kommunikation. Hvordan kan man se på kommunikation, og hvilke elementer kan spille ind i den kommunikative proces?

Kommunikationsteori

Dette kapitel handler om kommunikation. Det skal bruges til at vurdere den kommunikationssituation, som teksterne i analysen optræder i. Det vil sige, at der skal bruges en model over de aktører og elementer, der kan øve indvirkning på kommunikationen og den måde, de indbyrdes relateres på. Dette kapitel er baseret på Askehave (2005), Askehave & Norlyk (2006), Jensen L. B. (1997), Smith & Taylor (2004) og Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003).

Men hvad er kommunikation? Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003, s. 19) har fundet frem til en definition, som passer meget godt til den måde, kommunikationen her bruges som referenceramme: Kommunikation er "formidling af viden, udtryk for afsenderposition og påvirkning

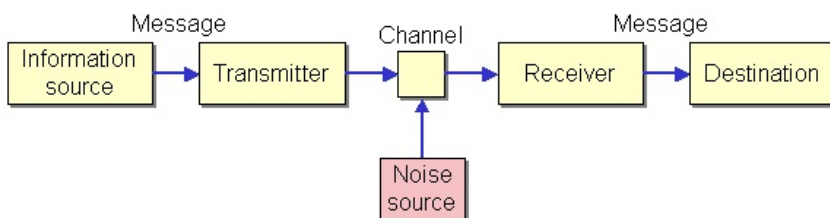
²⁶ Jensen L. B. (2004), Lund, Pihl, & Sløk (1962)

²⁷ Jørgensen & Phillips (1999)

af modtager ved hjælp af tekster.” Målet med dette speciale er netop at udrede afsenderpositionen i form af den dialektiske information, vi får både inde fra teksten men også fra kommunikationsprocessens kontekst.

Traditionelt opdeler man udviklingen inden for kommunikationsteori i to hovedparadigmer: transmissionsparadigmet og interaktionsparadigmet. De vil begge her blive præsenteret, og den vinkel på paradigmerne, som passer bedst til specialet, vil blive klarlagt.

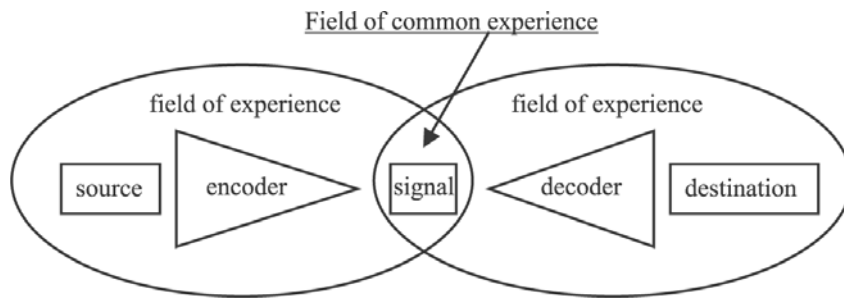
Transmissionsparadigmet udsprang af idéen om, at budskaber skydes som ud af en kanyle fra afsender til modtager. En af de første og mest kendte modeller til at eksemplificere denne form for kommunikation finder vi i de to ingeniører Shannon og Weavers kommunikationsmodel, der var baseret på at belyse problematikker omkring kommunikationskanalen:



Figur 6 Shannon og Weavers kommunikationsmodel

Modellen er ganske simpel og indeholder de basale elementer, som mange senere kommunikationsmodeller bygger på. Det problematiske med modellen er, når vi eksempelvis relaterer den til begreber som Wittgensteins sprogspil, hvor den kommer til kort. Mennesker virker ifølge denne teori netop ikke som passive modtagere, men er aktive kommunikatører, der med deres engagement går ind og fortolker på budskabet. Ydermere mangler der i forhold til alle de funktionalistiske traditioner relationerne til konteksten, hvor sproget i denne tradition nødvendigvis må relateres til, for at indhente mening. Den tydelige mangel på referencer til den menneskelige indflydelse på kommunikationen har dog ført til udviklingen af mange nyere envejsmodeller for kommunikation.

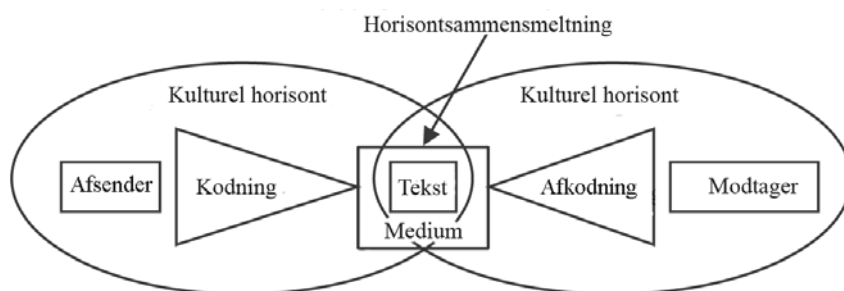
Interaktionsparadigmet, derimod, har mere fokus på de menneskelige elementer og alle de potentielle fejlkilder, de muliggør i processen. Interaktionsparadigmets hovedpåstand er, at budskabet, der bliver afsendt, først får dets endelige udformning og mening i afkodningsprocessen, hvor det fortolkes af modtageren. Med Schramms fortolkning af kommunikationssituationen i 1954, fik man en kommunikationsmodel, der lagde vægt på modtagerens rolle i kommunikationen:



Figur 7 Schramms kommunikationsmodel

Schramms model har også det, som Gadamer kalder horisonten, med i sin model. De to kommunikatører (source og destination) har hver sit erfaringsfelt (field of experience) med, og der hvor de to felter overlapper, sker kommunikationen. Det leder igen tankerne hen på Wittgensteins sprogspil, hvor hver aktør i en samtale kaster sig ud i det sproglige rum, hvor spillet foregår. Kommunikationens kodning og afkodning sker på baggrund af aktørernes erfaringsfelt.

Hvis vi tilrettet Schramms dialogiske model til den situation, der skal analyseres, og indfører de relevante begreber i stedet for Schramms begreber, kommer modellen til at se således ud:



Figur 8 Kommunikationsmodel til analyse

Afsenderen er den kommunikatør, der koder og producerer teksten og modtageren er den kommunikatør, der afkoder og fortolker teksten. Mediet er den kanal, i dette tilfælde internettet, som kommunikationen foregår gennem. Kodningen er den proces, som spejlet fokuserer på – det forklares ved hjælp af Gadamer's begreber horisont og forudforståelse. Den kulturelle kontekst gennemsyrrer hele kommunikationsprocessen. Det er især også i afsenders valg af genre, medium og ord, at den kulturelle indflydelse kan læses. I kodningen af teksten afspejles det kulturelt definerede sæt regler, der styrer vores valg af signaler og symboler, når vi kommunikerer. Modellen viser, hvordan de to kommunikatører mødes i kommunikationsprocessen og sammensmelter deres

horisonter omkring den tekst, der skal formidles fra afsender til modtager.²⁸ I princippet burde man måske sætte pile på mediet i kommunikationsmodellen. Hjemmesiden som medium giver brugeren mulighed for at give feedback, om end det ikke bliver på lige vilkår. Afsenderen udviser i vores analyse jo en højere grad af ejerskab over mediet, og den feedback, som modtager ville kunne komme med, sker gennem kanaler, der er medierede af afsender selv.

Modellen viser et snapshot i kommunikationsprocessen. Der er også udviklet modeller, der viser, hvordan kommunikationsprocesser hører sammen og udvikler sig. På denne måde kan man illustrere det, hvis kommunikatører igen og igen vender tilbage til de tilnærmelsesvis samme kommunikationssituationer. Som eksempel har jeg efterhånden set analyseteksterne mange gange, og derfor bliver min afkodning af disse tekster mere og mere nuanceret hver gang. Dette kan man illustrere med en uendelig spiral, der symboliserer, at kommunikationen hele tiden ville kunne udvikle sig – der er ikke et fast endepunkt, man på et tidspunkt når til, hvor yderligere kommunikation og forståelse ikke er mulig:



Figur 9 Den uendelige kommunikationsmodel

Afsender

En teksts afsender har ud fra det hermeneutiske synspunkt altid en anden baggrund, horisont og forudforståelse end modtageren. Den kontekst, som kommunikationen foregår i, farves af afsenderens kulturelle kodning. Som beskrevet af Gullestrup (2003), har enhver kultur en objektiviseret intersubjektivitet, der styrer den måde, vi ser vores egen og andres kulturer på. Den objektiviserede intersubjektivitet er den måde, som vi i grupper efter socialkonstruktivistisk princip er blevet enige om at se verden på. For at øge chancerne for, at modtageren af en tekst modtager den på den af afsender intenderede måde, kan man forsøge at sætte sig i modtagerens sted. Via empati kan man ændre sin Gadammerske horisont og opnå (delvis) sammensmeltning mellem afsender og modtagers horisont. I kodningen og valg af medium begår afsenderen nogle bevidste og ubevidste valg baseret på sin egen sociale og professionelle opfattelse af egen identitet. Dette

²⁸ Freytag, Jensen, Jørgensen, & Madsen (2005)

farver hele kommunikationssituationen og dens enkeltdelen og dermed hvilke forudsætninger, modtager har for at afkode teksten.²⁹

Modtager

Modtageren i modellen er en eller flere personer, der registrerer og på en fortolkende måde lagrer teksten i bevidstheden. Normalt søger afsender at opnå en kausal påvirkning på modtager – at påvirke modtageren til at udvise en bestemt reaktion. Eksempelvis vil mange reklametekster forsøge at provokere en forbrugshandling. En vigtig detalje at notere sig i kommunikationssituationen er den relation, der findes mellem afsender og modtager. Hjemmesidetekster giver en asymmetrisk relation mellem modtager og afsender. Modtageren har muligheden for selv at vælge på hvilke præmisser (tid, sted, facon, miljø), teksten skal afkodes, men har ikke muligheden for eksempelvis at afbryde, som man har i dialog ansigt til ansigt.

Ud fra det interaktionsparadigmatiske perspektiv kan man ikke bare påvirke modtageren til mekanisk at reagere på en bestemt måde. Det afhænger af den rette kontekst og kodning, og en god indsigt i modtagerens forudforståelse vil øge muligheden for succesfuld kommunikation.

Medium

Afsender har på internettet, på samme måde som i de fleste skriftlige medier, mulighed for at sidde og bruge den nødvendige tid til at formulere sig rigtigt. På samme måde kan modtager sidde i ro og mag og læse, bearbejde og vurdere internetteksten – hvilket giver tid til at sætte den i relief både til egen og til afsenders forudforståelse samt den kontekst, den optræder i.

Som regel har modtager flere medierede responsmuligheder på internettet, når det gælder om at give feedback til afsender – den interaktive del af kommunikationsprocessen. Visse sider tilbyder instant feedback på den samme side, som teksten optræder, hvor modtageren kan skrive tilbage til afsender – eksempelvis kan man flere steder i nyhedsverdenen i dag indsætte kommentarer til et indlæg. Derudover indeholder de fleste hjemmesider også muligheden for at besvare organisationen eller virksomheden bag hjemmesiden via de kontaktoplysninger (e-mail, telefonnummer etc.) som er blevet en fast bestanddel af hjemmesidestrukturen. Internettets natur indebærer tilmed, at tekster er blevet meget mobile. Det er ganske nemt at kopiere en tekst til en anden side, hvor man kan fortsætte debatten. Dette giver modtageren et redskab, der i forhold til

²⁹ Jørgensen & Geist (1996), Gullestrup (2003)

tidligere giver magten til at flytte kommunikationen til en anden kontekst. Når en tekst skrevet af en virksomhed op træder på virksomhedens egen hjemmeside, må man gå ud fra, at virksomheden har mulighed for at benytte teksten efter behag. Dette giver afsenderen en fordel i forhold til modtager, og dermed en styrkelse i relationen mellem afsender og modtager. Hvis den derimod flyttes ud fra virksomhedens domæne og over i et neutralt eller måske ligefrem fjendtligt miljø, udlignes den magtrelation, som afsender havde over modtager. Virksomheden har ikke længere fri råderet over teksten.

Analyserne i dette speciale fokuserer overvejende på afsender og dennes kulturelle horisont. Derfor analyseres teksterne i deres oprindelige miljø på virksomhedens egne hjemmesider. Det er dog vigtigt at huske på, hvordan teksters formål og repræsentation forholdsvis nemt kan ændres på internettet, og hvordan relationen mellem to eller flere kommunikatorer kan ændres radikalt, selvom det ikke behandles i dybden her. Det kan ske ved, at modtageren kopierer afsenders tekst til et nyt medie eller sted på internettet og herved overtager kontrollen med teksten. Det er et latent magtredskab, som modtageren af internettekster har.

Internetmediet har en indbygget hyperleksikalitet, der gør, at man kan læse tekster på en meget mere differentieret og ikke-lineær måde i forhold til almindelige tekster. Det spiller dog ikke så stor en rolle for analysen, der netop ser på teksterne som enkeltstående entiteter, der relateres til den sociale og kulturelle kontekst i stedet for websitets andre tekster.

Kodning

Som beskrevet ovenfor har forskellige kulturer forskellige koder for deres kommunikation. Dette forhold eksemplificeres i kommunikationsmodellen i kodning og afkodningsfaserne for interkulturel kommunikation. Sproget i sig selv er et kodesprog, der består af de tegn, som flere grupper af mennesker har defineret som gældende. Sproget er ikke statisk, men er derimod hele tiden i udvikling, og de er i de sproglige valg, som en given person bruger, at vi kan se, hvilken gruppe vedkommende tilhører. De sproglige variationer er yderst relevante i forhold til kommunikationen mellem kulturer.

Den måde, vi formulerer vores tanker og forestillinger, kaldes i kommunikationsteorien kodning. Man koder et budskab, efter hvilken situation man står i, hvem man skriver til, og hvilken kulturel oplæring man har. På samme måde afkoder vi budskaber, som vi møder, ud fra samme kriterier: vores nuværende situation, vores forhold til forfatteren og den sociale opvækst, vi har med i bagagen. Derfor vil en given tekst indeholde en del af forfatteren i sig, og man kan gennem grundig

analyse af denne tekst drage (mere eller mindre præcise) konklusioner frem om, hvem forfatteren er, og hvilke forudsætninger teksten er blevet tilvejebragt under.

Der er selvfølgelig en masse faktorer, der spiller ind i afkodningen af en tekst. En tekstanalyse er som et snapshot af et givent øjeblik i en given kontekst. Ord forstås forskelligt alt efter, hvem der læser dem – ordene har forskellige konnotationer i forskellige sammenhænge. Et løsrevet ord, der ikke er i nogen sammenhæng, vil indeholde alle ordets potentielle betydninger på én gang, og vil kun vente på at en modtager vil rette sin fokus på ordet og give det betydning. Hvis det da ellers overhovedet er muligt at løsrive et ord fra enhver kontekst. Eksempelvis optræder et ord i en ordbog ofte med flere betydninger, men det er der også underlagt en redigering af mennesker, der ser ordet i forhold til den situation, som ordbogen skal bruges i, og de sproglige traditioner, som redaktøren og læseren befinder sig i.

I dette kapitel blev der givet et overblik over, hvordan man kan opstille en kommunikationssituation. Der blev sammensat en kommunikationsmodel, som kan bruges i analysen til at belyse, hvordan de forskellige elementer i kommunikationsprocessen spiller ind den sproglige udformningen af teksterne. Det næste kapitel omhandler sprogteori, og giver flere redskaber, der kan bruges til den nære tekstanalyse samt til at klassificere tekster med.

Sprogteori

I dette kapitel beskrives flere af de værktøjer og modeller, der skal bruges til tekstanalysen. Primært handler det om:

- **Teksttyper og genrer**, der defineres af medie, kommunikatorenes forudforståelse og det kommunikative formål. De udstikker rammerne for, hvilke trækstrukturer og retoriske strategier, der kan benyttes i tekster. Der opstilles en model for, hvordan man kan relatere genre, formål, kontekst og retoriske strategier til hinanden på en pragmatisk måde.
- **Trækstrukturerne** i en tekst, der støtter det kommunikative formål.
- **De retoriske strategier**, der bestemmer udformningen af de enkelte træk.

Kapitlet indledes med en afklaring af den hhv. strukturalistiske og funktionalistiske videnskabsteoretiske tilgang til lingvistikken. Denne tilgang betyder noget for, hvor ordene får deres betydning fra – er det i relation til sproget selv eller til de sociale og kulturelle kontekster, og kan man kombinere de to tilgange?

Lingvistikken er et paraplybegreb, der bygger bro mellem mange forskellige sprogvidenskaber fra retorik, over filologi, semiotik og til sociologi og antropologi. Inden for lingvistikken og alle disse sprogvidenskaber taler man om to generelle måder at se sprogets rolle: strukturalismen og funktionalismen.

Strukturalismen definerer sproget ud fra dets enkelte bestanddele, dets strukturer, og hvordan de virker sammen og relateres til hinanden. Sproget ses som et lukket system, der ikke refererer til noget uden for sproget selv. Mennesket optræder i strukturalismen blot som bæreren af sproget, der har sit eget liv. Ordenes betydning fremtræder i forhold til andre ord – det er deres indbyrdes relation, der giver dem deres karakteristika og mening. Ordenes konnotationer udpensles ofte i modsætningspar indeholdt i teksten. Som eksempel kan et ords betydning være positivt, negativt eller neutralt alt efter hvilke ord i teksten, det kombineres med: hvordan vurderes verbet *udnytte* i sammensætningerne ”udnytte grøn vindenergi” og ”udnytte børnearbejdere”? Der er stor værdi- og betydningsforskel på de to eksempler.³⁰

I funktionalisme arbejder man med sprogbrugen i bestemte sociale og kulturelle kontekster.³¹ Nogle af de mest berømte modstandere af strukturalismen var hermeneutikerne og fænomenologerne, der lægger stor betydning i sprogets dialogiske relation til mennesket og menneskets kultur.

I en definition af lingvistikken, skrevet af Henning Nølke i Jørgensen & Geist (1996, s. 128), ser man den brede, favnende beskrivelse: Tekstlingvistik er ”det videnskabelige studium af den måde, hvorpå ord og sætninger er organiseret i sammenhængende tekster, og af disse større verbale enheders produktion og reception under forskellige kommunikative omstændigheder”. Denne definition favner både den strukturalistiske vinkel, ”hvorpå ord og sætninger er organiseret i sammenhængende tekster”, og den funktionalistiske vinkel, ”verbale enheders produktion og reception under forskellige kommunikative omstændigheder.”

På samme måde betragtes lingvistikken i dette speciale. I tekstanalyserne undersøges både ordenes udvælgelse og indbyrdes roller inde i teksten, men også samme ords relation til den kommunikative sammenhæng og den kultur, som de er udsprunget af.

Den sene Wittgenstein ser sproget som et spil. På samme måde som en bold har forskellige betydninger i forskellige boldspil, så har ordene forskellige betydninger i forskellige sprogspil.

³⁰ Lund, Pihl, & Sløk (1962), Jensen L. B. (1997)

³¹ Jørgensen & Geist (1996)

Wittgenstein sagde selv: "Jeg vil kalde helheden, som består af sproget og de dermed sammenvævede aktiviteter, for *sprogspillet*."³²

Træder man ind i et fremmed spil, kender man ikke reglerne – som hvis jeg stødte på en avisartikel på russisk, som jeg ikke forstår. Den russiske nyhedsjournalistik er et fremmed sprogspil for mig.³³ Det er nemt at eksemplificere med nationalkulturer, men i og for sig gælder det for alle sprogkulturer, store som små. Sprogkulturer kan i princippet bestå af meget små grupper mennesker.

Et sprogspil er en meget flydende og flygtig konstruktion, især takket være sproget uendelig mange udformningsmuligheder, der ligger i det. To mennesker, der taler om det samme emne, vil jo ikke føre den præcis samme samtale, hvis de talte om samme emne en time senere. De små sprogspil mellem mennesker er meget umiddelbare. Det ligger i situationen og i den kontekst, vi spiller sproget i. Vi spiller, som tidligere nævnt, sproget baseret på det erfaringsgrundlag vi har med fra alle vores tidligere sprogspil. De samtaler vi fører (inklusive læsningen af tekster) føjer til vores eksisterende erfaringsgrundlag, som hele tiden vokser og ændrer sig. Erfaringsgrundlaget kaldes i hermeneutikken *forudforståelsen*, og det vil blive beskrevet i dybden senere.

I relation til Wittgensteins sprogspil optræder udtrykket *diskurs*. I forbindelse med lingvistikken er udtrykket *diskurs* blevet moderne takket været Michel Foucault, som satte sig for at undersøge forholdet mellem magthavere og den *diskurs*, de bruger. Foucaults definition beskriver en *diskurs* som "regelstyret praksis, der frembringer en kæde eller sammenhængende række af udsagn."³⁴ Det optræder i en lignende funktion i forhold til sprogspillene, nemlig at det er en form for omgangssprog, som en gruppe mennesker bruger, eksempelvis inden for medicin, journalistik, politik m.m. Beskrivelserne af Wittgensteins sprogspil og Foucaults *diskurs* er noget uklare i kanterne, og derfor bruges de næsten på samme måde i dette speciale. De er to udflydende størrelser som har den samme hovedessens. Udtrykket *diskurs* eller *sprogspil* bruges her for at betegne bestemte kommunikatorers korpus af ord og udtryk, som de bruger i en given kontekst.

Begreberne sprogspil, *diskurs* og tekst bruges ofte i flæng som betegnelser for sprogbrug i kontekst. Begreberne har forskellige nuancer i forskellige sammenhænge. Eksempelvis er der i angelsaksisk sprogbrugsvidenskab en tradition for, at *diskurs* bruges om samtale, mens tekst bruges om skriftsprog, hvilket virker meget i tråd med den danske opfattelse.³⁵ Hvis man ser metodisk på

³² Thurén (1996, s. 229)

³³ Lund, Pihl, & Sløk (1962)

³⁴ Thurén (1996, s. 229)

³⁵ Jørgensen & Geist (1996)

begreberne, er der andre måder at kategorisere dem på. Man kan opstille begreberne og deres konnotationer og kontekst således:

- **Sprogspil:** Betoner den dialogiske, relative natur i sproget. Bruges med filosofiske konnotationer, når man taler om sprog, virkelighed og erkendelse
- **Diskurs:** Betoner den konstruktivistiske natur i sproget. Bruges i henhold til sociale og kulturelle sammenhænge for at markere det sprogbrug, som forskellige grupperinger benytter.
- **Tekst:** Betoner sprogets rolle som medium, hvor *pakker* af information afsendes og modtages. Bruges empirisk som et objekt, et stykke sprogbrug, man kan undersøge.

Begrebet *sprogspil* bruges, når der tales om det levende sprog, meningsudvekslingen mellem forskellige personer, der mødes i dialogen (både skriftlig og mundtlig). Det betegner den relativisme, der er indbygget i sproget – dets uforudsigelighed og mange forskellige indeholdte betydninger alt efter kontekst. Sprogspil bruges i dette speciale til at diskutere sammenhængen mellem menneskers syn på verden og den måde, de bruger sproget på.

Diskurs bruges om det sprogbrug, som individer finder sammen i grupper og benytter i deres omgang med hinanden. Eksempler kan være fagsprog, ungdommens slang, kancellisprog m.m. Diskurs bruges i dette speciale til at klassificere forskellige sprogbrug i analyserne og sætte denne sprogbrug i relation til de kulturelle og sociale grupperinger, som benytter den, og de genrer som den inddeles i.

Begrebet *tekst* betegner i denne sammenhæng et stykke sprogbrug, som man trækker frem og kigger på. Tekster defineres i lingvistikken som værende sammenhængende semantiske enheder, der realiseres ved hjælp af grammatiske enheder (såsom sætninger, fraser og ord).³⁶ Springet fra sætninger til tekster gør, at man ikke bare kan analysere en tekst på bedste strukturalistiske vis, som man gør i grammatikken. Man må inddrage den kontekst, som teksten optræder i, for at få en fuldgyldig analyse. Teksten er et stykke kommunikation mellem mennesker, som eksemplificerer en given diskurs. Det er en afgrænset størrelse, og den analyseres både i dens bestanddele men også i den kommunikationssituation, som den optræder i.

³⁶ Ibid.

Genrer og teksttyper

Jeg lægger mig i dette speciale op ad Teun van Dijks tekststrukturer. Van Dijk inddeler tekster i mikrostruktur og makrostruktur. Makrostrukturen er det niveau, som en teksts generelle mening skal ses på, den betydningsmæssige fortælling, som udgør teksten. Det makrostrukturelle lag sætter rammen for det løse indhold i mikrostrukturen. Mikrostrukturen er det niveau, hvor analytikeren ser på teksternes enkelte dele, de udsagn, som sætningerne danner og den måde, de fremføres på.³⁷ Informationen, der kommer ud af makroniveauet er af mere generel natur, hvorimod den mikrostrukturelle analyse giver meget specifikke resultater, der ofte er differentierede. De to niveauer hænger sammen og konstituerer hinanden. Det er som med den hermeneutiske cirkel, hvor man ved at kigge på en teksts makrostruktur laver deduktive formodninger, som man derefter induktivt efterprøver på mikrostrukturen, for derefter at tilrette formodningerne på makroniveau osv.

Ligesom personer finder sammen i grupper baseret på biologi, tradition og kultur, kan man også gruppere tekster. Der findes mønstre, der definerer, hvordan mennesker hænger sammen i grupper, og på samme måde findes der mønstre i sprogbruget, der gør, at vi kan samle tekster i genrer. Genrer hænger sammen med diskurserne og de sammenhænge, som sociale grupper bruger sproget i. Tekster kan inddeles i genrer alt efter hvilke spilleregler, afsender (og modtager) kommunikerer efter – hvilke konventioner, der blev taget i betragtning, da teksten blev skrevet. Man kan i og for sig ikke bare skrive en tekst, uden at den falder ind i en eller flere genrer. I realiteten kan en tekst ikke eksistere, uden at den vil blive vurderet af læsere som tilhørende en eller en anden genre; det er en automatiseret proces i vores omgang med tekster.³⁸ Sociolinguister understreger, at vi tilhører mange forskellige sociale grupper, og vælger, hvilken hat vi skal have på efter den kontekst, vi er i. Den sociale eller kulturelle kontekst, som vi befinder os i, hjælper os med at bruge sproget rigtigt og fyldestgørende. Sprogbruget i disse kontekster sætter vi automatisk i kasser, som inden for sociallingvistikken kaldes genrer. I enhver situation kan vi ud fra vores vurdering af konteksten dykke ned i vores sproglige værktøjskasse og udvælge en diskurs, som vi føler, er en god ramme for det udsagn, vi vil ytre, og som passer ind i den genre, som vi føler er i overensstemmelse med både udsagnet og konteksten. John Swales har udformet en genredefinition, som er både praktisk og anerkendt:

"A genre comprises of a class of communicative events, the members of which share some set of communicative purposes. These purposes are recognized by the expert members of the parent

³⁷ Ibid.

³⁸ Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003)

discourse community, and thereby constitute the rationale for the genre. This rationale shapes the schematic structure of the discourse and influences and constrains choice of content and style.”³⁹

Jo længere tid, man benytter en bestemt diskurs korrekt, jo bedre bliver ens forudforståelse af diskursens muligheder og begrænsninger. Vi bliver, så at sige, eksperter inden for de diskurser, vi træner. På samme måde ser man eksempler på forvridninger i betydningen af diskurser, hvor brugerne har ændret betydningen i forskellige diskurser, enten ubevidst eller for at opnå en ønsket effekt.⁴⁰ Eksempelvis ser vi op til fodboldslutrunder i fjernsynet, at reklamebureauerne *bevidst* begynder at bruge flere og flere sportsmetaforer i reklameblokken, fordi seerne på dette tidspunkt er tunet ind i på sportsdiskurser. Reklamebureauerne forsøger herefter at få deres budskab til at glide lettere ned ved at camouflere det i en kendt og vellidt diskurs. Som eksempel på en kollektiv, *ubevidst* ændring af sprogbrugen kan man kigge nøjere på ordet bjørnetjeneste. Dette ord har for de yngre generationer (diskursfællesskaber) ændret betydningen fra negativ til positiv retning. For de ældre generationer betyder ordet en velment handling, som gør større skade end gavn, hvor det for yngre generationer simpelthen betyder en stor tjeneste. Det er et eksempel på, hvordan sprogets betydning skifter alt efter kommunikatorernes alder.

Inger Askehave (2006) skriver, at disse diskursfællesskaber, som vi kontinuerligt bruger og forandrer, hjælper os til at skabe vores sociale identitet – det den amerikanske socialantropolog Erving Goffman kalder vores indbyggede roller, som var hans betydelige bidrag til den samfundsvidenskabelige debat.⁴¹ I og med, at sproget er et udtryk for vores erkendelse af verden, definerer vores brug af det os over for hinanden. I diskursfællesskaberne laver vi de forskellige roller, som vi arbejder os igennem i løbet af en dag i alle mulige forskellige situationer. Diskursfællesskaberne er et begreb, der er promoveret af John Swales, og de er ”grupper af mennesker, der så at sige er *ejere* af kommunikationen i bestemte situationer.”⁴²

Det er i ovennævnte lys, at zooernes naturbevaringstekster bliver interessante. I den sprogbrug, som der bruges på disse hjemmesider, foreslår zooerne en diskurs. De inviterer så at sige modtageren til at gå ind i deres diskursfællesskab, og tilbyder en vigtig brik i individets selvforståelse, nemlig altruismen. De opfordrer til at modtageren udvider sin horisont og går aktivt ind i det fællesskab, som omhandler kampen for en mere bæredygtig verden og en sund natur. Især i den interkulturelle kommunikationssituation er det vigtigt at finde den rette diskurs, fordi de naturlige kløfter mellem kulturerne som regel er sværere at nå over i forhold til, hvis man skriver til

³⁹ John Swales i Jørgensen & Geist (1996, s. 19) og Askehave & Norlyk (2006, s. 55)

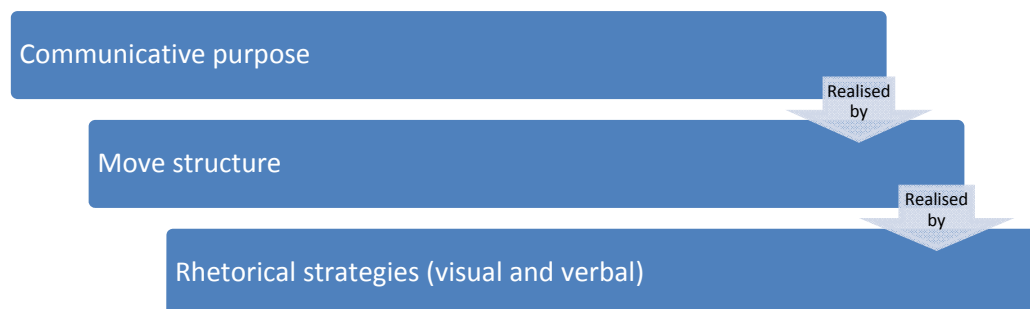
⁴⁰ Askehave & Norlyk (2006)

⁴¹ Jørgensen & Geist (1996)

⁴² Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003, s. 91)

sig selv. Askehave anfører, at det er nemmere at spænde over en nationalkulturel kløft, hvis man fokuserer på de andre diskurser og kulturer, som de involverede parter har til fælles.⁴³ I vores eksempel er det naturbevaringsdiskursen, der måske nemmere kan bygge bro her. I stedet for at formulere budskabet til en englænder eller dansker, vil det måske være mere frugtbart at tilrette budskabet til en modtager, der bekymrer sig om miljøet.

Når diskurser formaliseres i konkrete kasser, taler man om genrer. Ovenstående tilfælde med sportsreklamer er et eksempel på en genre: reklameteksten. På samme måde finder man genrer i forretningsbreve, akademiske afhandlinger, fødevarerindpakninger, P1-programmer osv. Det, som gør en genre til en genre, er, at den har et formål. Genrer har et emne og et budskab; budskabet har et formål, som udøver en påvirkning på modtageren. I tekstanalysen siger man, at genrer består af træk (eller sproghandlinger), der hver især har et delformål, og som tilsammen udgør en given genre. Forskellige sammensætninger af sproghandlinger med forskellige delformål udgør forskellige genrer. Delformålene støtter det overordnede formål, som genren har. Trækkene realiseres og udformes ved hjælp af retoriske strategier. Swales illustrerer sammenhængen mellem en teksts formål, trækstruktur og retoriske strategier på følgende måde:



Figur 10 Swales' genremodel⁴⁴

Afsenderen af en tekst har i de retoriske strategier værktøjer til at forfine budskabet og optimere den intenderede effekt. De retoriske strategiers potentiale optimeres ved hjælp af eksempelvis brugen af bestemte ord og vendinger eller opfindsomt udformede argumentrækker. Når en person eller organisation skal formidle et budskab, er der derfor forskellige genrer at vælge imellem, alt efter hvilket formål, der skal realiseres.

⁴³ Askehave & Norlyk (2006)

⁴⁴ John Swales i Askehave & Norlyk (2006, s. 56)

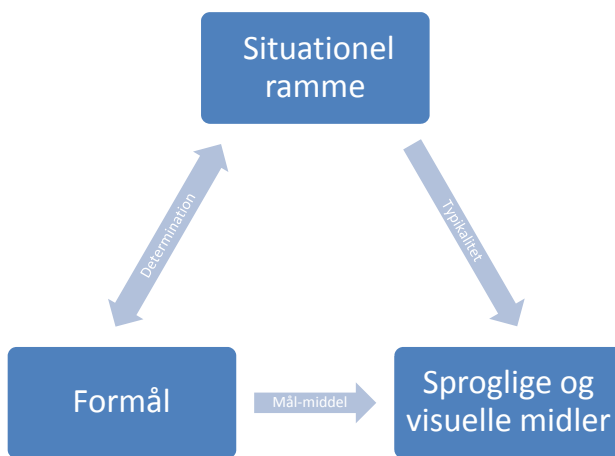
Genren siger noget om de kontekstuelle, ubevidste normer:

1. Den kommunikative situation
2. De sociale og kulturelle sfærer, teksten er forankret i

Genrer lægger forudsætningen for de strategiske, bevidste normer:

1. Hvilke træk og formål, der kan indgå i teksten
2. Hvilke retoriske strategier og argumenter, der bruges for at realisere træk og formål

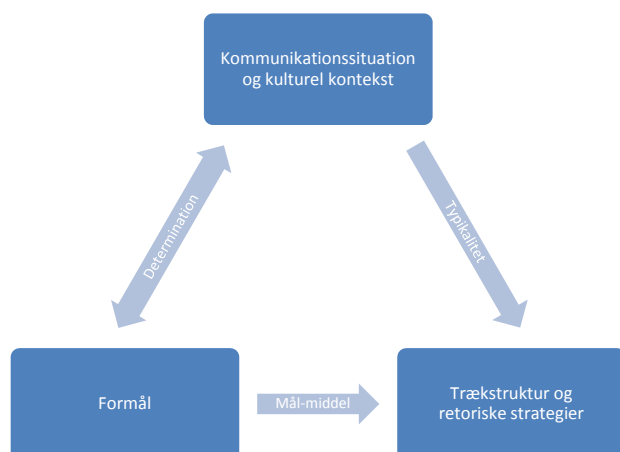
Ditlevsen m.fl. (2003) har udformet følgende trekantsfigur, der meget godt illustrerer forholdet mellem formål, mikrostruktur og makrostruktur:



Figur 11 Ditlevsens trekantsmodel for genrebestemmelse

Ovenstående figur indeholder relationspile, der forklarer, hvordan de tre elementer indvirker på hinanden. De tre pile er *determinationsrelationen*, *mål-middel-relationen* og *typikalitetsrelationen*.

Hvis man i figuren indsætter de termer, der bruges i dette speciale, ser den således ud:



Figur 12 Trekantsmodel til analyse

Pilene er de samme, da elementer har de samme relationer til hinanden, selvom de har skiftet navn.

Determinationsrelationen er tegnet som en dobbeltpil, der indikerer, at formålet og den situationelle kontekst begge kan øve indvirkning på hinanden. Dette betyder, at det både kan være situationen/konteksten og formålet, der kan være styrende for udformningen af teksten. Når man eksempelvis skal markedsføre et nyt produkt, er formålet med den kommunikation, man skal lave, klar. Det gælder om at sælge og informere om produktet. De situationer, som markedsføringsteksterne skal optræde i, vælger man bagefter – men formålet er styrende for processen. Hvis en stenograf skal udfærdige et referat af et retsmøde, er det derimod situationen, der pålægger teksten de primære begrænsninger. Stenografen kan ikke selv vælge, hvad formålet med teksten skal være, det er allerede givet i den lovmæssige kontekst.

Mål-middel-relationen er imidlertid illustreret ved en enkeltpil. Dette henviser til, at formålet dikterer, hvilke retoriske strategier, forfatteren har at vælge imellem. Der kan være mange variationer at vælge imellem, men de er begrænset af formålet med teksten. For eksempel kan formålet være at skabe følelsesmæssig identifikation mellem modtageren og et produkt. Dette kan opnås ved at bruge følelsesmæssigt appellerende billeder, billedsprog eller ord, der har de rette konnotationer, der signalerer sammenhørighed mellem modtager og produkt. De retoriske strategier kan i tekstanalysen fortælle, hvad formålet med en tekst er – men det er meget sjældent, at de retoriske strategier bliver valgt først, og formålet med teksten valgt bagefter.

Typikalitetsrelationen er illustreret ved en enkeltpil mellem den situationelle kontekst og de retoriske strategier. Dette betegner, at de retoriske strategier er underlagt den kommunikative og

kulturelle kontekst, som teksten er opstået i. Som Ditlevsen m.fl. skriver: "Situationen bestemmer altså pr. tradition eller konvention, hvilke af de sproglige/visuelle midler [retoriske strategier], der potentielt kunne udføre det ønskede formål, der typisk bliver anvendt."⁴⁵ Som eksempel kan man sige, at en politibetjent, der er ved at skrive rapport, ikke indleder sin rapport med "der var engang en bandit...". Lige præcis den retoriske strategi hører til i eventyrdiskursen, og ikke i rapportskrivning, og er derfor ikke tilladt i forhold til den kommunikative situation, som betjenten er i på det tidspunkt. Når betjenten kommer hjem fra arbejde, og lægger sit barn i seng, er den form for diskurs derimod fuldt ud tilladt, når han læser godnathistorie for sit barn, for der er den situationelle kontekst udskiftet.

Formål

Der er mange forskellige værktøjer, man kan bruge til at identificere genrer: Sprogets formalitetsgrad, kommunikatørernes relation til hinanden, sproghandlingskategorisering, fysisk fremtræden osv. Især sproghandlingskategorierne, der relaterer sig til afsenders hensigt, synes jeg er relevant i forhold til det nærværende projekt. Her klassificeres genren efter tekstens type: Er den (1) orienterende, (2) debatterende eller (3) styrende.⁴⁶

Orienterende tekster beskriver og viser forhold i omverdenen. Eksempelvis er nyhedsartikler og lærebøger typisk beskrivende og deskriptive. Den franske lingvist Jean-Michel Adam har flere underkategorier til de orienterende tekster: *undersøgende (explorative)*, *fortolkende (expository)* og *ekspliciterende (explicative)* tekster.⁴⁷ De *undersøgende*, orienterende tekster beskriver statiske tilstande, hvordan noget står til ude i verden. De *fortolkende*, orienterende tekster beskriver derimod handlinger, altså ikke beskrivelser af stillestående tilstande, som de undersøgende tekster omhandler. De *ekspliciterende* tekster beskriver kausale årsagsforhold uden at fortolke på dem. *Debatterende* tekster kaldes også vurderende eller argumenterende tekster. De er typisk holdningstilkendegivende, og afsenders hensigt med dem er at oplyse og overbevise modtageren til at ændre holdninger og opfattelser. Eksempler på argumenterende tekster er avisernes ledere eller indlæg fra Folketingets talerstol. Becker Jensen 1997 taler om en undertype af tekster i den argumenterende klasse, han kalder *propaganderende* tekster. Disse tekster har til formål at overtale i stedet for overbevise – det kan være valgprogrammer o.lign. Skellet mellem de to er flydende og afhænger meget af perspektiv: Når en person forsøger at påvirke mig, søger han at overtale mig, men når jeg forsøger at påvirke, overbeviser jeg andre. Forskellen mellem de argumenterende og

⁴⁵ Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003, s. 86)

⁴⁶ Jørgensen & Geist (1996), Jensen L. B. (1997)

⁴⁷ Askehave & Ellerup Nielsen (2005)

propaganderende tekster virker noget vag, og spørgsmålet er, om der overhovedet burde være denne skelnen. Er den praktisk brugbar? *Styrende* tekster har til hensigt at regulere adfærd. De er skrevet ud fra et autoritetssynspunkt, hvilket adskiller dem fra de andre to typer tekster. De styrende tekster, såsom lovtekster, er baseret på en magtrelation mellem afsender og modtager, som for de andre teksters vedkommende mere er baseret på frivillighed.⁴⁸

Som eksempel kan en ekspliciterende tekst sige, at der hvert minut fældes 17 hektar regnskov, hvilket reducerer regnskov med stor hast – uden at teksten tillægger denne handling nogen positiv eller negativ værdi. En fortolkende tekst ville sige, at de er en ødelæggende handling at fælde regnskoven, og en argumenterende tekst ville opfordre til, at folk ændrer syn på tømmervirksomhederne i området. En styrende tekst kunne være den lovmæssige sanktion, som et naturfredningsorganisation kunne rejse mod en sådan tømmervirksomhed.

Ved sammensmeltning af de to modeller for funktionel genreinddeling af teksterne får man følgende model med prototyper på tekster (med den propaganderende teksttype udelukket):

- Orienterende (descriptive)
 - Undersøgende (explorative)
 - Fortolkende (expository)
 - Ekspliciterende (explicitive)
- Argumenterende
- Styrende

Tekster kan som regel ikke indeles skarpt efter ovenstående model, men den er en god rettesnor at orientere sig efter. Tekster kan eksempelvis være primært orienterende, men indeholde enkelte træk, der virker argumenterende, selvom tekstens formål som helhed ikke er at overbevise modtageren.

Kommunikationssituation og kulturel kontekst

En tekst læses som regel løsrevet fra det miljø, den blev skrevet i. Derfor behøver modtageren nogle guidelines for, hvordan han skal afkode teksten. Det er den funktion, genren har i den skriftlige kommunikation: Den kobler produktionskonteksten med afkodningssituationen ved hjælp af de metadata, der følger med (i og omkring) teksten. Der er allerede skrevet så meget om den kulturelle

⁴⁸ Ibid.

kontekst, som kommunikationen foregår i, så her vil jeg fokusere på kommunikationssituationen. De genrer, der skal analysere her, optræder alle på internettet, derfor vil det følgende handle om dette.

Udviklingen af genrebegrebet i forhold til internettet er foregået en del hurtigere end i traditionelle medier. Hvor konventionel genreudvikling er noget, der foregår over meget lang tid, før diskursfællesskaberne kan blive nogenlunde enige om udformningen af en genre, har selve internettets opbygning givet det en plads i overhalingsbanen. Internettets udvikling (efter det blev frigivet for offentligheden) er præget af en lille gruppe mennesker, der førte 68'er-generationens oprør mod autoriteterne videre ind i den virtuelle verden i 1990'erne. Det var folk som Tim Berners-Lee, Larry Page, Jimmy Wales og Tim O'Reilly (som enhver amerikansk computernørd sidestiller med nationens grundlæggere), der opbyggede systemerne, der skulle give folket magten tilbage. Netop fordi dette medie blev præget af en lille gruppe mennesker, var deres idéer om, hvordan hjemmesiders udformning skulle være, der præget internettet i dag. Den lille gruppe mennesker blev enige om konventionerne for genrerne på nettet, og skrev masser af bøger om webdesign, som blev definerende for udviklingen. Et lille diskursfællesskab gav mulighed for, at man hurtigere blev enige om de regler, som skulle opstilles for diskursen. De kopierede meget af deres tekstopbygning fra traditionelle genrer, hvorfor internettekster i dag ligner offlinetekster meget, dog med visse markante forskelle i trækstrukturerne på grund af internettets hyperleksikalitet (muligheden for at springe rundt i tekster ved hjælp af hyperlinks, hvilket erstatter den konventionelle lineære læsning). Der findes i den elektroniske verden nogle smutveje og fleksible opbygningsmuligheder for udformningen af tekster, som man ikke kan bruge i en bog eller en avis.⁴⁹

Onlinetekster udspringer også af et diskursfællesskab, der har forfattet den ud fra konteksten. De har også et kommunikativt formål og er opbygget af mindre dele, der også har delformål, trækkene. Den største forskel er, at onlinetekster har muligheden for, i visse udformninger, at have flere bidragsydere, som har direkte adgang til at redigere en given tekst. Disse hjemmesider kaldes wikis. Den mest berømte wiki er nok onlineleksikonet Wikipedia, hvor brugerne i starten havde meget fri hænder til at skrive og redigere i kapitlerne.

Trækstrukturer

Der er visse kombinationer af formål, situationel kontekst og retoriske strategier, der bruges igen og igen. Dette kan man kalde et handlingsmønster. Man taler om, at man kan dele tekster i faste handlingsmønstre ind i forskellige træk eller sproghandlinger. Disse inddelinger eller træk har

⁴⁹ Ibid.

forskellige delformål, som støtter eller supplerer tekstens hovedformål, og de realiseres ved hjælp af de retoriske strategier, der er til rådighed for den specifikke genre, trækkene er en del af.⁵⁰ Derfor kan man på samme måde, som man sætter teksten ind i relationsmodellen, sætte trækkene ind ét ad gangen. Kommunikationssituationen ændrer sig ikke, men de retoriske strategier og (del)formål kan ændre sig fra tekstniveau (makrostruktur) til trækniveau (mikrostruktur).

I trekantmodellen er der en plads, der hedder trækstrukturer og retoriske strategier. For tekstens forfatter er målet at finde de retoriske strategier, som bedst forklarer formålet for modtageren – det vil sige de retoriske strategier, som modtageren kan forstå, fordi de allerede er en del af dennes forudforståelse.

Det sker, at man bruger retoriske strategier i sammenhænge, hvor de ikke passer – hvor enten konteksten ikke passer, eller fordi modtageren ikke deler forudforståelse med forfatteren, og det er der, misforståelserne opstår. Ofte bruges den forkerte diskurs dog med vilje, som vi ser det i parodier og jokes, hvor hele jokens værdi ligger i, at modtageren forventer ét og får noget andet.

Den systematiske brug af sproget til at udføre forskellige formål i en tekst kategoriseres i en såkaldt trækstruktur. En tekst består således af forskellige sektioner, der hver især har et bestemt formål og funktion. De budskaber, som man forfatter, er som regel så komplekse, at man bliver nødt til at opdele en tekst, så man med forskellige dele af teksten kan realisere forskellige hensigter.⁵¹

Der er naturligvis plads til variation inden for enhver genres trækstruktur (derfor udtrykket prototypisk ovenfor). De enkelte træks udformning er også noget, forfatterens selv kan bestemme ud fra de tilgængelige retoriske strategier, som genre, formålet og konteksten tillader.

Opdelingen af tekster i trækstrukturer er blevet kritiseret for at være mindre brugbar. Kritikken går ud på, at de kriterier, man bruger i tekstanalysen for at opdele trækkene, er så subjektive, at deres universalitet går i fløjten. Hvis man når frem til et nyt resultat, hver gang en ny analytiker analyserer en tekst, så kan man med rette betvivle, hvor valide og repræsentative resultaterne bliver. Jeg synes dog, at praksis viser, at forskellige analyser af samme tekst giver sammenlignelige resultater – teksten indeholder i sig selv nogle begrænsninger, som man ikke ærligt kan se bort fra ved ekstreme fortolkninger og subjektive fordrejninger.

I skyndingen kan man spørge sig selv, hvad det nu var, man skulle bruge det hele til? Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003, s. 94) opsummerer det i tre sætninger:

⁵⁰ Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003)

⁵¹ Askehave & Ellerup Nielsen (2005)

”Derfor er det vigtigt, at man råder over metoder til at opbygge denne viden [om handlingsmønstre] systematisk. Og det er i denne sammenhæng, at de teksteksterne og tekstinterne analyser, trekantmodellens sammenbinding af resultaterne af disse analyser og genretilgangens fokusering på konventionelle relationer mellem trekantens forskellige elementer bliver relevante. [...] Specielt i forbindelse med tekstproduktion i interkulturelle situationer kan der endvidere være tale om, at teksteksperten også skal finde frem til den relevante handlingsmønsterviden i den kultur, den oprindelige tekst kommer fra (udgangskulturen) for præcis at kunne se, hvilke formål afsenderen har ønsket at teksten skulle bidrage til at opfylde, og hvorvidt afsenderen har overholdt de normale konventioner i denne sammenhæng.”⁵²

Retoriske strategier

Som nævnt i indledningen, er udgangspunktet for den retoriske analyse samspillet mellem afsenderen og den tekst, som forfattes i produktionen. Analysen vil blandt andet undersøge de strategiske sproglige valg og vurderinger, en forfatter tager i den kommunikative situation.⁵³ Der findes i enhver genre mange muligheder for at udforme et budskab, og på det lingvistiske mikroniveau handler det om retoriske strategier. De retoriske strategier er de stilarter og værktøjer, som former teksten i detaljen – helt ned til det enkelte ords udvælgelse. Alle forfattere sidder ikke (går jeg ud fra) med en håndbog i retorik i hånden, når de skriver. De retoriske strategier, der er tilgængelige i en given situation, er nogle, som er indlært i den omgang, forfatteren har haft med lignende diskurser tidligere.

Det er vigtigt at bemærke, at de retoriske strategier i retorikken skal ses i forhold til afsender. Der findes mange bøger om retorik, der i virkeligheden handler om stilistik. Stilistikken er den videnskab, der arbejder med sproglig selektion og udformning ved at kigge på teksten *alene*. Det vil sige, at teksten vurderes fritlagt for kontekst, aktører og kommunikationssituation. Den form for analyse er ikke relevant her, hvor det er vigtigt, at teksten sættes i relation til den kultur, den udspringer af.

Ifølge John Swales tradition former en genres formål ikke kun tekstens trækstruktur, men afgrænser også de retoriske muligheder i stil og indhold, som forfatteren har. Som nævnt sætter formål og trækstruktur rammerne for, hvilke retoriske strategier, forfatteren kan benytte sig af. Det er i kendskabet til genrens begrænsninger og dermed de gråzoner, der eksisterer i genrenes randområder, at mulighederne for utraditionel (og måske meget virkningsfuld) kommunikation foreligger, som Vijay Bhatia, der var en anden af de store bidragydere til genreteorien, skriver:

⁵² Ditlevsen, Engberg, Kastberg, & Nielsen (2003, s. 94)

⁵³ Jørgensen & Geist (1996)

”Most often it [the genre] is highly structured and conventionalised with constraint on allowable contributions in terms of their intent, positioning, form and functional value. These constraints, however, are often exploited by the expert members of the discourse community to achieve private intentions within the framework of socially recognized purpose(s).”⁵⁴

Den retoriske analyses mål er at identificere de retoriske strategier, zooerne bruger inden for de specifikke genrer. Men hvilke karakteriska kan vi identificere retoriske strategier ved? Jeg har uddraget en liste med seks centrale beskrivelsesområder, som kan bruges til at definere en teksts sprogbrug og dermed de retoriske strategier:⁵⁵

1. Appelformer
2. Denotation og konnotation
3. Metaforer og billeder
4. Taksonomi og dikotomi
5. Abstraktionsniveau
6. Perspektiv og polyfoni

Appelformer

Dette afsnit baserer sig primært på gengivelsen af appelformerne i Jørgensen & Onsberg, 2003, Jensen L. B., 2004 og Aristoteles egne tekster i Hartnack & Sløk, 2000.

I den klassiske retorik opdelte man en argumentation efter hvilken menneskelig egenskab, man søgte at påvirke og appellere til. Oprindeligt var argumentationen logisk, og via ræsonnementer og udelukkelse af falsificerbare erkendelser kunne de gamle grækere diskutere eksistentielle spørgsmål og idéer. Enten overtalte man i den tid sin modstander i dialogen vha. sund fornuft eller fordi man havde en form for magtrelation over denne, eksempelvis via sin status som præst eller politiker. Siden kom sofisterne til, og deres dialogiske redskab var at appellere til følelserne – noget, som ikke tidligere havde været en gyldig argumentationsform. Aristoteles samlede herefter de tre retoriske appeller, som han så den. *Logos* var de logiske argumenter, *etos* var de, der beroede på autoritetstro og afsenders troværdighed, og *potos* var de følelsesladede argumenter. Denne opdeling i tre retoriske strategier bliver stadig brugt i dag. Just giver i en artikel et eksempel på, hvordan forskellige kulturer vægter forskellige appeller i deres argumentation:

⁵⁴ Vijay Bhatia i Askehave & Ellerup Nielsen (2005, s. 7)

⁵⁵ Baseret på Jørgensen & Geist (1996), Jensen, L. B. (1997 og 2004), Thurén (1996 og 2006) og Jørgensen & Onsberg (2003)

”Arabere er for eksempel opdraget til primært at basere deres påstande på de retoriske bevismidler etos og patos, og de vil derfor ofte forsøge at overbevise ud fra deres egen eller andres autoritet og ved at appellere til følelser. Europæere og nordamerikanere er derimod vokset op i en kultur der tilskynder dem til argumentere rationelt hvorfor de som regel bruger logos som det mest fremtrædende bevismiddel.”⁵⁶

Logos-argumenter appellerer til modtageren på en rationel, objektiv facon. Man søger at overbevise sin modpart ved hjælp af stærk bevisførelse, fakta, logisk udelukkelse og falsifikation og ved at holde sig til emnet. De logiske appeller er ofte serveret i et sobert, neutralt sprogbrug. Dette sikrer maksimal effekt og så lidt slingren i valsen som muligt. Logos-appeller kan ses som værende anynome, beherskede og uden megen plads til fortolkning.

Patos-argumenter appellerer til modtagerens letvakte følelsesregister. Afsenderen af et patos-præget budskab forsøger at komme i forbindelse med modtagerens følelser, og måden at få følelserne i tale er gennem modtagerens empati. De følelsesladede registre kan være ophidselse, vrede, frygt, glæde, jalousi, begær etc. Patos er naturligt meget modtagerforbundet, og det kan være svært at vurdere den i en afsenderbaseret tekstanalyse i forhold til en receptionsanalyse, hvor man kan analysere ud fra modtagers reaktioner. Den modtagerorienterede form gør den meget afhængig af den specifikke kommunikationssituation. Denne form for argumenteren ses ofte i reklameverdenen, hvor identifikation mellem produkt og forbruger skal etableres ved at slå på følelsesregisteret, hvorimod det eksempelvis sjældent optræder i forretningskorrespondance.

Etos-appeller slår på menneskets autoritetstro og tillid til andre mennesker. I alle samfund er der sociale og kulturelle hierarkier, hvor nogle individer eller organisationers ord og meninger takseres højere end andres. Etos-appeller er sigtet mod afsenderens troværdighed. I modtagelsen af en tekst spørger læseren sig selv: Hvem er det, det taler til mig? Hvad synes jeg om vedkommende, og virker han/hun troværdig og reel? Troværdighed i form af goodwill hos andre afsmitter på budskabet og hæver dermed dets værdi i kommunikationssituationen. Troværdigheden ses både i form af klogskab og visdom (som grækerne kaldte phronesis) eller de, de kaldte dyd (areté), altså moralsk karakter. I reklameverdenen ses etos-appellerne inden for flere genrer; læger, ejendomsmæglere, tandlæger, bankrådgivere og et væld af andre erhvervsprofessionelle råder forbrugerne til at anskaffe sig dette eller hint. Etos-appellerne kan også virke med negativt fortegn, hvis eksempelvis et firma med et meget dårligt image i en tekst associeres med et bestemt produkt, og derved forringer produktets værdi (men forhøjer argumentets værdi, såfremt det var formålet at angribe produktet). Ikke bare mennesker og organisationer i afsenderrollen, men også ord, idéer og koncepter i sig selv har en værdi (positive, negative eller neutrale konnotationer) i forhold til en

⁵⁶ Just (2007, s. 7-9)

modtager. Eksempelvis bruger jeg i dette speciale både referencer til udtryk, organisationer og individer for at give min argumentation en højere validitet. Et udtryk som *horisont* og en reference til ophavsmanden Gadamer forbinder i min læsers bevidsthed min tekst med en tradition, som en masse kloge tænkere er blevet enige om har høj validitet.⁵⁷

Disse tre appelformer kan blandes i en tekst og optræde i mange forskellige forklædninger. Det er nok de færreste tekstforfattere, der aktivt tænker på, hvilke af de tre appelformer, de bruger, men de skriver en given tekst, men teorien om appelformerne er en rigtig god målestok til at vurdere de retoriske strategier og valg, som forfatteren mere eller mindre bevidst har taget i en tekst. Appellerne bruges forskelligt alt efter hvilken kultur, man befinder sig i. Eksempelvis bruges etos-argumenter ofte i forretningskulturer i Sydøstasien, mens vi i Skandinavien ofte bruger logiske appeller i forhandlinger. Forskellige kombinationer af appellerne kan bruges i forskellige sammenhænge, eksempelvis kan etos-appeller virke gode til at bane vejen for patos-appeller, som kan have sværere ved at trænge igennem en naturlig skepsis over for en afsender med lav troværdighed. Logos- og etos-appeller virker godt sammen i mere formaliserede genrer, hvor der ikke er plads til blødere, følelsesmæssige argumenter.

Denotation og konnotation

Ord har som regel en umiddelbar betydning og latent(e) betydning(er). Den kernebetydning, som et ord repræsenterer, kalder man *denotationen*. Men et ord kan have mange forskellige positive eller negative medbetydninger, alt efter hvilken vinklingen, som man kalder *konnotationer*.⁵⁸ Konnotationer kan farve et begreb i modtagerens øjne; et eksempel, der kan have stor betydning for *objektet* i disse dage er den skelnen, som man laver mellem frihedskæmper og terrorist. Begge ord kan betegne den samme mand (denotation), men de har meget forskellige værdimæssige betydninger (konnotationer). En afsender kan benytte ord med bestemte konnotationer for at støtte sine argumenter og give dem vægt i sig selv. Man er for eksempel i dagens Danmark dårligt stillet, hvis man forsøger at argumentere imod demokrati som styreform. I vores konstruktivistiske omgang med diskurserne har vi tillagt ordet *demokrati* så tunge, positive konnotationer, at det benyttes af mange i den offentlige debat som argumentationskneb, der kan bruges som bagstopper i argumentationen.

⁵⁷ Jørgensen & Geist (1996), Jørgensen & Onsberg (2003)

⁵⁸ Jensen L. B. (1997), Thurén (1996)

Metaforer og billeder

Endnu en retorisk strategi, som man kan bruge til at præge budskabet med er billeder i ord og i grafik. Metaforer bruges konstruktioner af ord til at beskrive noget som *noget andet*. Metaforer kan bruges til at beskrive sammenhænge, som man ikke umiddelbart kan beskrive ud fra ordenes sammensatte denotationer. Metaforer kan bygge sammenhænge i vores forstillingsevne, som kan bruges til at ændre vores vurdering af et budskab, på samme måde som billeder kan. Billeder siger mere end 1000 ord, som man siger! Metaforer og billeder er meget modtagerorienterede, og det er en af de retoriske strategier, der betegner den aktive del af sprogsillet meget godt: Det er så at sige et forslag, som afsender kaster ud i æteren, hvor modtageren tager over og afkoder efter egen forudforståelse. De standardiserede metaforer er en slags billedsprog, der i høj grad er bundet til specifikke diskursfællesskaber. Det er formaliserede (fortærskede) strukturer, som man lærer i den sproglige omgang med diskursen. Som eksempel på et standardiseret billedsprog kan man sige, at en person *spiller højt spil*. Det er en vending, der er brugt så mange gange, at man måske ikke engang overvejer, at det i virkeligheden er en metafor. I modsætning til de standardiserede metaforer er der også billedsprog, som er opfundet på stedet. Der er ikke nogen specifik grænse, der definerer, hvornår en vending er standardiseret, det er en udvikling, der sker løbende hen ad vejen. Der er mange genrer inden for metaforer – for eksempel spilmetaforer (som ovenfor), tidsmetaforer (*at skrue tiden tilbage*), sportsmetaforer (*idéen er lige til højrebenet*), krigsmetaforer (*på tide at begrave stridsøksen*), medicinske metaforer (*politisk indgreb*), kropslige metaforer (*sticking out like a sore thumb*), transportmetaforer (*at løbe af sporet*) osv.⁵⁹

Grafisk billedanalyse er i princippet et helt kapitel for sig, men det er relateret til metaforerne i sprogets verden. Analyserne i specialet her er jo tekstanalyser, men den eventuelle betydning af billeder, der supplerer teksten i layoutet, bliver selvfølgelig taget med. De er en del af den kontekst, som hjemmesidemedit udgør.

Taksonomi og dikotomi

Taksonomi handler om, hvordan man i sprogbruget deler verden op. Det er et udtryk, der dækker over de kategoriseringer, man laver i sproget. For eksempel kan man sige, at man i biologien deler dyrene op i hvirveldyr, leddyr og bløddyr. Derefter kan man dele hvirveldyrene op i fisk, padder, krybdyr, fugle og pattedyr, hvorefter man kan dele op efter nataktive og dagaktive dyr osv. Hele vores sprogsystem er bygget op efter disse (hierarkiske) taksonomier. Ud fra den strukturalistiske vinkel har disse kategoriserede ord netop forskellige betydninger, som er relaterede til andre ord i samme taksonomiske klasse. Verden kan klassificeres på uendeligt mange måder, og den måde som

⁵⁹ Thurén (1996)

en forfatter sammensætter sit ordvalg, fortæller og (ud fra den funktionalistiske vinkel) noget om forfatterens forudforståelse, da forfatteren naturligvis vælger ord ud fra den mængde, han eller hun er tillært i den diskursive socialisering. De taksonomiske grænser mellem begreber kan være meget vage, men det er da heller ikke indbyrdes mellem begreberne, men i forhold til tekstproducenten, vi her kigger på den taksonomiske inddeling.

En speciel form for taksonomisering kaldes dikotomisering. Det er, når man forenkler virkeligheden ud i to dele. Det er praktisk og overskueligt at kunne sammenligne to begreber, derfor er den dikotomiske opdeling en meget anvendelig som metode. For eksempel brugte jeg i ovenstående afsnit dikotomien strukturalisme-funktionalisme for at forklare begrebernes relation til hhv. hinanden og til mennesket. Den slags dikotomier er naturligvis meget forsimplede, men bruges netop fordi de er gode til at anskueliggøre komplekse begreber. Når dikotomiseringen af begreber bliver for unuanceret, bruger man gerne i stedet en gradueret skala, hvor de dikotomiske begreber bliver endepunkter i hver sin ende. Dermed har man modificeret dikotomi-begrebet til at blive endnu mere nuanceret mens man bibeholder simpliciteten. For eksempel er det svært i dansk politik at inddele partierne som enten højre- eller venstreorienterede. Vores tradition gør, at vi har midterpartier, der netop sejler rundt på den politiske skala alt efter, hvilken sammenhæng de optræder i. Den graduerede dikotomi gør, at vi stadig kan betegne dem relativt simpelt, men med nuancer.⁶⁰

I den mere konfliktorienterede diskurs er det et ofte brugt argumentationskneb at opdele verden i *dem* og *os*. Hvis du ikke er med os, så er du imod os. I politisk argumentation er den form for konfliktdikotomisering udbredt.

I analysen vil vi se, hvorvidt/hvordan forfatterne opdeler begreberne og eventuelt inddeler visse dele af virkeligheden i (graduerede) dikotomier for at forbedre det budskab, som teksten skal formidle.

Abstraktionsniveau

Udover de mange andre retoriske strategier, der hver især introducerede en ny måde at se på sprogbrugen på, er der spørgsmålet om, hvor konkret eller abstrakt de begreber er, som forfatteren bruger. Vi har set på medbetydninger og de billedlige tankekonstruktioner, som sammensætninger af ord kan bibringe. Nu vender fokus tilbage på begrebernes denotation, den umiddelbare kernebetydning. Man kan indsætte ord efter deres abstraktionsniveau på en gradueret, dikotomiseret skala (!) fra konkret til abstrakt. Et ord som *frihed* har i sig selv en vag betydning. Det

⁶⁰ Ibid.

kan være svært kort og koncist at beskrive, hvad det betegner. I den mere konkrete ende af skalaen ligger ordet *prøveløsladelse*, som man kan sige kan være en af de mere konkrete betydninger af *frihed*. Det er praktisk at inddele sådanne relaterede begreber ved hjælp af en såkaldt abstraktionsstige – Thurén (1996, s. 105) eksemplificerer en sådan stige inden for produktionsdiskursen:

- Kapital
- Arbejdskraft
- Arbejder
- Svejser
- Hans Hansen

Igen bruger man abstraktionsniveau til nemmere at forklare begreber ved at sætte etiketter på tingene. Hvor man indsætter et begreb på abstraktionsstigen fortæller os noget om den kontekst, som det bruges i, men også en hvilken betydning, man skal lægge i det i receptionen.⁶¹

Perspektiv og polyfoni

En teksts perspektiv fortæller noget om, hvilken vinkel, en tekst fortælles fra. I retorikken arbejder man med begrebet *roller*, der er de (konstruerede eller reelle) positioner, som udsagnene i en tekst afsendes fra. Enhver rolle interagerer med en tekst via et perspektiv. I et interview, for eksempel, vil man typisk se to roller: interviewpersonen og interviewereren. De belyser en tekst fra to sider. Hvis nu interviewpersonen refererer synspunkter fra andre personer, tilføjes der roller og dermed nye perspektiver til teksten. Hvis vi forestiller os en kritisk journalist (perspektiv 1), der interviewer en medarbejder, der forsvare sin virksomhed (perspektiv 2), hvor denne medarbejder refererer sin direktørs holdninger (perspektiv 3) som led i sit forsvar. Måske stiller journalisten spørgsmål af så generisk karakter, at man kan vurdere, at han ikke taler på egne vegne, men på samfundets – så har man et fjerde perspektiv. Således kan man blive ved. Forskellige mennesker ser verden fra forskellige perspektiver. Perspektivtanken i retorikken kan sidestilles med Gadammers horisont. Når folk i dialog bliver enige – ser problemstillingen fra den andens perspektiv – er der tale om det, som han kalder horisont-sammensmeltning.⁶²

Rehfeld betegner i Jørgensen & Geist (1996) rollerne i tekster som *stemmer* og den måde, der spiller sammen på som *polyfoni*. Hun inddeler stemmerne i en praktisk fordeling: Der findes individafsenderen, som på makroniveau er den faktiske person, der forfatter teksten, og der findes ytringsafsender, hvilket betegner de roller/stemmer inde i teksten, som direkte taler i teksten.

⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

Det interessante ved perspektivteorien i retorikken er for analyserne her, at man kan undersøge, hvorvidt forfatterne bruger andre roller end individafsenderen selv til at præsentere budskaber. Det kan være praktisk at træde i en andens sko for at for et budskab til at glide lettere gennem modtagerens afkodningsproces. Man kan vurdere eventuelle roller/stemmer ved at sætte dem i forhold til hinanden og se om man kan afkode, hvorfor forfatteren had valgt at bruge netop denne fordeling som et led i den samlede argumentation.⁶³ I forhold til afsender-modtager-relationen kan de være fordelagtigt at bruge en rolle med en anden status, end man selv har, når man argumenterer. Det kan både være for at forøge eller udligne magtrelationen mellem modtager og afsender.

Opsummerende kan man sige, at det er følgende elementer, som skal bruges i analysen:

- En **kommunikationsmodel**, der indeholder alle de elementer, der øver indflydelse på tekstens udformning: **modtager, afsender, kulturel horisont, medium og kodningsprocesser**.
- En **trekantmodel** til hjælp for tekstanalyse, der indeholder andre elementer, der øver indflydelse på tekstens udformning: **genre, formål, trækstrukturer og retoriske strategier**.
- Begreberne **diskurs** og **sprogspil**, der betegner sprogbrug fra to forskellige vinkler.
- Begreberne **horisont** og **forudforståelse**, der bruges til at forklare den sociale og kulturelle oplæring og den indvirkning, den har på udformningen af tekster.

Det er disse elementer, der i den rette kombination skal bruges som værktøjer til at analysere hjemmesideteksterne, således at der kan udledes nogle svar på problemformuleringens spørgsmål. I det næste kapitel præsenteres først analysedesignet, altså den måde, de ovennævnte elementer skal kombineres på, og efterfølgende gennemføres analysen.

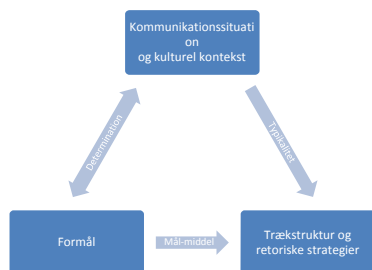
⁶³ Jensen L. B. (1997), Jørgensen & Geist (1996)

Analyse og diskussion

Analysen foregår på to niveauer: teksternes mikroniveau og teksternes makroniveau. Zoonerne analyseres efter tur og med brugen af de samme redskaber. Teksterne sættes ind i trekantmodellen, og følgende spørgsmål undersøges:⁶⁴

1. Hvad siger teksten?
 - a. Emne, budskab og formål undersøges
2. Hvordan fremsætter teksten sit budskab?
 - a. Teksttype/genre defineres for teksten og teksttypens karakteristika beskrives.
 - b. Trækstruktur og de retoriske strategier, der bruges i teksten, undersøges.
3. Hvorfor bringer teksten budskabet på netop denne specielle måde?
 - a. Tekstens kommunikative elementer analyseres.
4. Hvad siger teksten om sig selv og sin ophavssituation?
 - a. Tekstens forbindelse til afsenders kulturelle horisont undersøges.

De to mikroanalyserne (der svarer på spørgsmål 1a, 2a og 2b) udføres med brugen af følgende teoretiske værktøjer: **Trekantsmodellen, teksttypeinddeling og de seks retoriske strategier.**



Teksttyper

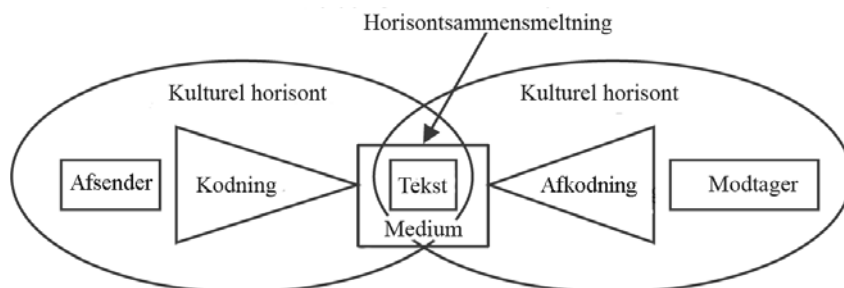
- Orienterende
 - Undersøgende
 - Fortolkende
 - Ekspliciterende
- Argumenterende
- Styrende

Retoriske strategier

1. Appelformer
2. Denotation og konnotation
3. Metaforer og billeder
4. Taksonomi og dikotomi
5. Abstraktionsniveau
6. Perspektiv og polyfoni

⁶⁴ Spørgerækken er taget fra Jensen L. B. (1997, s. 17-18)

Makroanalyserne (der svarer på spørgsmål 3a og 4a) udføres ved hjælp af følgende teoretiske værktøjer: **Kommunikationsmodellen** med kulturbegreberne **horisont** og **forudforståelse**.



Teksterne, som skal undersøges er zooernes mission statements. En tekst er i denne sammenhæng lig med ét html-dokument på websitet. Jeg har udvalgt mission statements fordi de er centrale dokumenter, som zooerne bruger ressourcer, tid og energi på at forfatte. Da de er grundlaget, som naturbevaringsformidlingen udspringer fra, er de eksempler på den prototypiske naturbevaringstekst. Naturligvis er de i deres egenskab af et styrende dokument mere komplekse og mindre tilfældigt udformede end den "almindelige" tekst såsom en nyhedstekst eller en leksikalsk artikel. Det, at der er lagt omhu i deres tilblivelse, giver forhåbentlig bedre resultater i makroanalyserne, hvor der skal pejles ind på afsenderens kultur.

Mikroanalyse af Marwell Zoos mission statement

Hvad siger teksten?

Tekstens emne er Marwell Zoos naturbevaringshistorie og fortsatte arbejde for en bæredygtig udvikling i naturen, både lokalt og globalt. Teksten har til formål at oplyse om Marwell Zoos naturbevaringsarbejde og derudover opbygge en troværdighed i forhold til dette arbejde, så folk med ro i sindet kan støtte zoen med deres besøg. Tekstens budskab er: *Vi er en ansvarlig organisation, der har et seriøst fokus på at udvikle bæredygtige projekter rundt om i verden, som kan redde vores truede natur.*

Hvordan fremsætter teksten sit budskab?

Jeg har klassificeret denne genre som mission statement. En mission statement er en slags selvransagelse for zoen, for de er her, de skriver, hvordan de ser sig selv. Det er her, zoen beskriver sin egen historie og den udvikling, den gerne vil følge fremover i forhold til naturbevaring.

Trækstrukturen for Marwell Zoos mission statement ser således ud:

The image shows a screenshot of the Marwell Conservation website with 11 numbered annotations (1-11) highlighting the structure of the mission statement. The annotations are as follows:

- 1: Search to see graphic version
- 2: Marwell Conservation logo
- 3: Tuesday 13th May, 2008
- 4: Home, About Us, Programmes, Research, Support Us (navigation menu)
- 5: Marvell Conservation is responsible for the wildlife management and scientific programmes of Marwell Preservation Trust, a registered charity (no. 275433), dedicated to the conservation of biological and other natural resources.
- 6: Marwell Preservation Trust was initially established in 1972 to manage Marwell Zoological Park, a centre for the breeding and conservation of endangered species. A complementary education service, supporting wildlife conservation and environmental goals was subsequently developed and the Trust established a track record of supporting a range of in situ conservation initiatives with resources generated from the operation of the zoological park.
- 7: More recently, the Trust invested resources to establish and develop its own portfolio of international conservation projects. Today, Marwell Conservation seeks to address causes of extinction such as habitat loss and the over-exploitation of biological resources and to manage vulnerable populations of threatened species to ensure their survival. This is achieved through a range of species and habitat conservation programmes locally to Marwell's base in southern England and internationally, with a particular focus in Africa.
- 8: Our approach to conservation is characterised by some common threads that run through our projects:
 - We undertake projects that build capacity for wildlife conservation, particularly in countries lacking the necessary resources by providing expertise and funding to support biologists in developing countries.
 - We seek to address large-scale conservation issues by developing strategic partnerships and pooling resources with like-minded organisations that share common goals.
 - We seek to gain knowledge to inform conservation decision-making by undertaking research as an integral component of our projects.
 - With limited resources for biodiversity conservation, we believe in the effective and efficient use of available assets. This is achieved through careful project planning and management and by evaluating the results of our work against key targets and conservation metrics.
 - We recognise that biological resources are important for people and in turn conservation is reliant on good stewardship by individuals and communities. Investing in people is at the heart of our business: developing the knowledge and experience of our team; providing training and building capacity for others working with wildlife; consulting and encouraging community involvement in biodiversity conservation.
- 9: Marwell Conservation
c/o Marwell Preservation Trust
Colden Common
Nr Winchester
SO21 1JH, United Kingdom
Tel.: +44 (0)1962 777407
Fax: +44 (0)1962 777511
Email: conservation@marwell.org.uk
- 10: Back to top
- 11: Copyright 2008 Marwell Preservation Trust. Site by Semantic

Figur 13 Trækstruktur for Marwell Zoos mission statement

Trækstrukturens inddeling er vist i Figur 13. Den fulde tekst er vedhæftet som bilag 1. Zoernes hjemmeside er besøgt den 13. maj 2008.

Trækstrukturen indeholder følgende træk:

1. Teknisk rygdækning
2. Logo
3. Tidsstempling
4. Navigation
5. Introducerende information og attention
6. Historik
7. Mission
8. Roadmap til naturbevaring
9. Kontaktsted
10. Navigation
11. Metainfo for medium og indhold

Nedenfor gennemgås trækstrukturen trin for trin, og hvor det er muligt uddybes de retoriske strategier, som afsenderen har kodet teksten med.

Teknisk rygdækning (træk 1) er et hyperlink, der skal sikre, at besøgende på hjemmesiden, der har en gammel computer, der ikke kan læse layoutet, får mulighed for at læse teksten i et reduceret layout. Det er en sikkerhedsforanstaltning, der ikke direkte har noget med indholdet at gøre. Linket optræder gennemgående på hele Marwell Zoos website.

Logo (træk 2) er et element, der går igen på alle Marwell Zoos naturbevaringssider. Logoet indeholder en billedsprogsfortælling, der støtter naturbevaringsdiskursen. Man ser i logoet en sabeloryx i silhuet, og netop sabeloryxen er et centralt dyr for zooernes europæiske avlssamarbejde. Sabeloryxen var i 1980'erne uddød i naturen, og der levede kun eksemplarer af arten i zoologiske haver. Zooerne fremavlede en masse individer, og det lykkedes at genudsætte oryxen i naturen igen, hvor den i dag har opnået en bæredygtig bestand, der lever i ørkenreservater i Tunesien. Derfor er sabeloryxen inden for zoo-kredse et meget højttaget symbol på, at genudsætningsprojekter virker. Det kræver dog en vis baggrundsviden for læseren af teksten, for at vedkommende kan dechifrere historien bag logoet, så man kan sige, at lige præcis dét strategiske element i diskursen nok er beregnet for en meget smal målgruppe.

Tidsstemplet (træk 3) i øverste højre hjørne er en forsikring for læseren om, at teksten er up to date. Den er højst sandsynligt sat der for at øge tekstens overordnede troværdighed.

Navigation (træk 4) giver læseren mulighed for at udnytte mediets intertekstualitet og springe videre til andre tekster efter behov. Rent retorisk støtter ordvalget ikke naturbevaringsdiskursen – taksonomisk set er ordvalget meget neutralt.

Introducerende information og attention (træk 5) er det første træk, der indeholder større tekstmængde. Dets delformål er med overskrift og manchete at fange læserens opmærksomhed, og få ham til at stoppe op i sin surfen på websitet og læse den fulde tekst. Trækket virker som et kort resume af hele teksten. Trækkets appelformer arbejder for at bygge en etos-troværdighed op med reference både til den "Preservation Trust", der står bag foretagendet, og etiketten "a registered charity". Trækket står tidligt i teksten, og her er det praktisk placeret. Det gælder om tidligt at opbygge en goodwill hos modtageren, så de senere argumenter i teksten glider lettere ned.

Der bruges ord med positive konnotationer såsom "conservation", "responsible", "management", "dedicated" og "charity", der alle er ord, der emmer af kontrol, ansvarlighed, forsorg og overskud. De vil have læseren til at forstå, at Marwell Conservation er en pålidelig organisation. Det er interessant at bemærke at teksten i starten (i træk 5-7) beskriver Marwell Conservation ved hjælp af et tredjepersonsperspektiv. I træk 8, hvor teksttypen i øvrigt også skifter til at blive handlingsbeskrivende, bliver teksten også mere konkret og den skifter til et førstepersonsperspektiv. Det virker oplivende på teksten og rykker den op i gear.

Rent *taksonomisk* er trækket fyldt med videnskabelige ord, og teksten er på dette punkt godt på vej til et højt lix-niveau. Videnskabsdiskursen med fraser som "wildlife management", "scientific programmes" og "biological and other natural resources" trækker teksten hen i den tørre ende af skalaen. Denne sprogbrug kan medvirke til at øge troværdighedsniveauet ved hjælp af etos-appel til læseren ud fra devisen om, at når man bruger lange, videnskabelige ord, så må man være klog. Det høje abstraktionsniveau i form af den vagt formulerede mission om, at man er "dedicated to the conservation of biological and other natural resources," støtter kun de andre betragtninger om, at man ved den svære diskurs satser på at øge som troværdighed og dække sig ind. Imens risikerer de dog at tabe nogle læsere, der vil finde teksten for kedelig.

Historik (træk 6) beskriver Marwell Preservation Trusts oprindelse og den mission, man havde lige fra starten af. Mange af de ord, som blev introduceret i træk 5 går igen i træk 6 og 7. Stilen fortsætter med de videnskabelige taksonomier og de positivt ladede konnotationer i ordvalget. Trækket beskriver, hvordan Marwell Zoo er en udviklende organisation, der har føjet skoletjeneste, miljømæssige målsætninger og en "track record" til at overvåge projekter, "in situ conservation",

ude i verden. Zooens prioriteter fastslås i det de skriver, at naturbevaringstiltagene finansieres af Marwell Zoos daglige drift.

Mission (træk 7) beskriver, hvordan zoen i dag i praksis udfører naturbevaring. Taksonomien i trækket ligner den i de foregående to træk, men frem for de positive konnotationer til at beskrive Marwell Conservations eget arbejde, sker der nu et delvist skift til at beskrive de ting, man skal bekæmpe ved hjælp af ord med negative konnotationer: "habitat loss", "over-exploitation", "vulnerable populations of threatened species." Dette er tekstens første træk, hvor etos-appellerne støttes af sprogbrug, der rammer mere i det følelsesmæssige patosregister. De nævnte ord med negative konnotationer udøver en skræmmeeffekt på læseren. Der skal gøres noget nu, er afsenderens budskab her. I trækket kommer også et et internationalt niveau ind, hvor teksten refererer til projekter både lokalt og globalt. Denne dikotomi er et af de argumentationskneb, der normalt bruges for at få teksten til at flyde mere, og får den til at lyde bedre.

Roadmap til naturbevaring (træk 8) er det træk, hvor teksten laver det største stilistiske skift. Som nævnt skifter perspektivet til første person. Det er også et af de mest komplekse træk i teksten. I trækket beskrives fem tilgange, som gennemsyrrer Marwell Conservations projekter. Det første tiltag har en meget altruistisk tone over sig, der igen virker til at øge deres troværdighed. Deres projekter opbygger naturbevaringskapaciteter, "build capacity", i lande, der ikke har der fornødne muligheder selv, der beskrives som "countries lacking the necessary resources" og "developing countries." Det interessante er, at de i beskrivelsen af den fjerde tilgang også opbygger troværdighed, men med en helt anden taksonomi, nemlig en regnskabsdiskurs. Der viser ansvarlighed ved "effective and efficient use of available assets" gennem "careful project planning and management" og ved at evaluere mod "key targets and conservation metrics."

Det sidste tiltag på listen vejer bruger en mere organisk, biologisk diskurs til igen at appellere til følelsesregisteret. De skriver, at "biological resources" er nødvendige, ligesom det er nødvendigt at "invest in people" og "encourage community involvement in biodiversity conservation", hvilket er "at the heart of our business." Den dikotomiske betegnelse "individuals and communities" er fællesskabende – det kræver "good stewardship" fra store såvel som fra små. Udtrykket "the heart of our business" er en metaforisk strategi, der henviser til, at de gør forretninger med hjertet, og den afrunder trækket med en positiv tone.

Kontaktsted (træk 9) giver læseren muligheden for at give feedback på teksten. Der er i trækket alle de forskellige kontaktmuligheder, man kan forestille sig.

Navigation (træk 10) giver læseren mulighed for at gå til toppen af siden, se en oversigt over hele sitet samt gå til forsiden af sitet. Træk 10 og 11 er fast inventar på alle websitets sider.

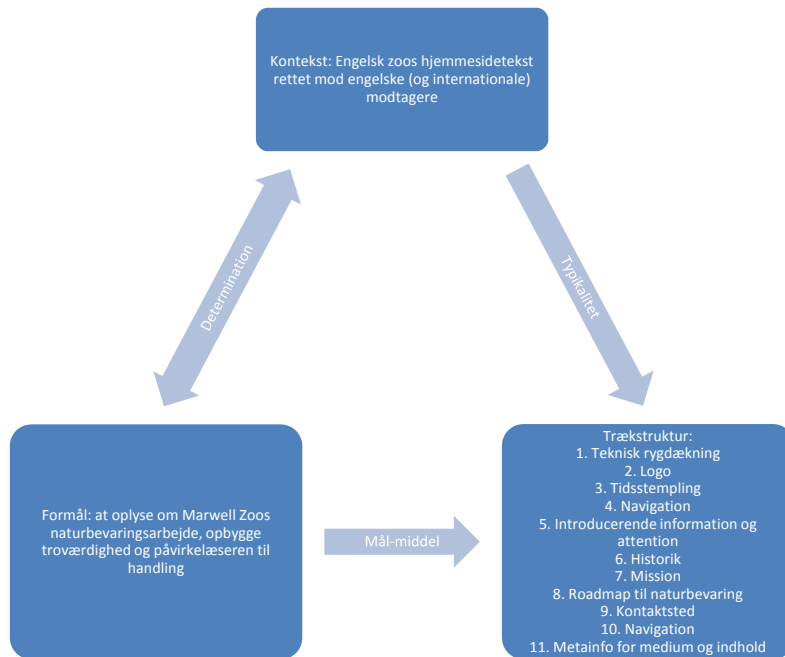
Metainfo for medium og indhold (træk 11) indeholder en juridisk copyrightreference og et hyperlink til det firma, der står for den tekniske udformning og drift af websitet.

Det er værd at bemærke, at der i teksten slet ikke bruges billeder. Det plejer ellers at være et meget brugt element på hjemmesider.

Teksten starter med overvejende at være en orienterende teksttype, delt op i en undersøgende og en fortolkende del. Den undersøgende del fortæller om Marwell Zoos tidligere arbejde og historie, fremstillet på en statisk skrivemåde. Den fortolkende del af teksten viser fremad, hvor de fortæller, hvordan Marwell Zoo vil virke i fremtidige projekter. Endeligt går teksten i træk 8, Roadmap til naturbevaring, helt over til blive en argumenterende tekst, hvor de klart tilkendegiver deres holdning til de problematikker, de i deres naturbevaringsarbejde står over for. Teksten går altså som en tretrinsraket fra undersøgende reference til fortolkende reference til holdningstilkendegivelse, der klart arbejder for at overbevise modtageren om, at naturbevaringsprojekterne er ansvarlige og ikke mindst nødvendige.

Teksten starter med at opbygge afsenders troværdighed (træk 5 og 6) og præsentere problemstillingen i træk 7, inden den går videre til at foreslå en løsningsmodel i træk 8. Ved slutningen af træk 8, hvor teksten er oppe i gear, perspektivet er personligt, verberne er blevet aktive, og læseren er hevet ind i fortællingen ved hjælp af de retoriske strategier, ledes læseren videre til træk 9, hvor der er mulighed for at kontakte Marwell Conservation og selv blive en del af den gode sag ved at støtte Marwell Zoo. Der er en meget effektiv opbygning og udvikling, som teksten gennemgår.

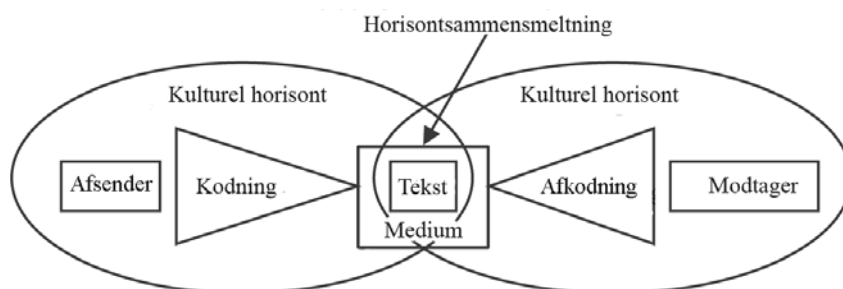
Indsætter man mikroanalysens resultater i trekantmodellen, ser det således ud:



Figur 14 Trekantmodel for Marwell Zoos mission statement

I den senere diskussion vil resultaterne af mikroanalyse og makroanalyse blive samlet, og de to zoos resultater vil blive sammenlignet og kommenteret.

Makroanalyse af Marwell Zoos mission statement



Hvorfor bringer teksten budskabet på netop denne specielle måde?

Når vi skal undersøge, hvorfor afsender bringer budskabet på netop denne måde, må vi se til forhold uden for teksten. Derfor bliver makroanalysen baseret på en del flere gisninger og formodninger end den retoriske analyse, der er grundet i teksten. Spørgsmålet kræver en forklaring ved hjælp af kommunikationssituationen og de dertil hørende kulturelle forhold: Hvem er afsender? Hvilket medium har han valgt og hvorfor? Hvem sigter han til at ramme med budskabet? Hvordan indvirker hans kulturelle horisont på udformningen af budskabet?

Afsenderen af Marwell Zoos mission statement er et flertydigt begreb. Afsender kan ses som den person, som rent fysisk har skrevet teksten, eller afsender kan forstås som zoen eller Marwell Conservation. Med lige netop denne type tekst forholder det sig sådan, at de forskellige afsenderroller ligger tæt op ad hinanden. En mission statement skal netop ses som et udtryk for organisationens holdning, og derfor kan man antage, at den ikke er skrevet af én person, men af en arbejdsgruppe eller lignende, der er blevet enige om formuleringen. Ifølge Marwell Zoos årsberetning for 2006, som er tilgængelig på deres hjemmeside⁶⁵, er der i conservationafdelingen ansat otte medarbejdere. Normalt vil det være én eller flere af disse medarbejdere, der – måske med reference til direktøren eller bestyrelsen – har udformet teksten.

Mediet er straks nemmere at udtale sig om. Hjemmesiden er zooens elektroniske ansigt udadtil, og derfor skal vigtige missionsdokumenter såsom conservation mission statement være at finde på hjemmesiden. Man forventer i vore dage som gæst, at man kan finde beskrivelser af enhver turistorganisations projekter på deres hjemmeside. Hjemmesiden er for zoen en billig og utroligt populær formidlingsplatform, og den har en masse indbyggede muligheder, som offline medier ikke har. Eksempelvis er det på hjemmesiden nemt at graduere indhold, så brugeren af hjemmesiden kan vælge sig ind på det niveau, han eller hun vil have informationer på. Indbygget i hjemmesidens natur er muligheden for nemt at hyperlinke til mere relevant information, eksempelvis uden for zooens egen side. Marwell Zoo har på deres mission statements side næsten ikke brugt nogen af de muligheder, der adskiller hjemmesiden fra et offline medie. De har dog på deres hjemmeside givet læseren muligheden for at kontakte dem elektronisk.

Modtageren er ud fra denne situation meget svær at gisne om. Man kan formode, at de, der besøger hjemmesiden, overvejende er englændere og internationale turister, der har tænkt sig at

⁶⁵ Findes på http://www.marwell.org.uk/downloads/MPTstatutoryaccounts2006_002.pdf, besøgt den 1. Juni 2008.

besøge Marwell Zoo. Andre gæster på hjemmesiden kan være folk, der aktivt har søgt naturbevaringsindhold og fundet frem til det ved hjælp af Google eller lignende. Målet med analysen er at finde ud af, hvordan afsenders baggrund har indflydelse på teksten, ikke at lave en uddybende modtageranalyse.

Hvad siger teksten om sig selv og sin ophavssituation?

Tekstens **kulturelle kodning og horisont** kan man forsøge at deducere om på baggrund af den måde, sprogbrugen er i teksten og sammenstille det med de øvrige informationer, man har. Marwell Conesrvations stilistisk sprogbrug i teksten var præget af logiske appeller og i udpræget grad videnskabsdiskurser på et højt sprogligt niveau. Afsender forsøgte at opbygge Marwell Conservations image ved hjælp af etos-appeller og ved at stille sig op som den positive løsning på problemstillinger, der var beskrevet i et sprog, der overvejende brugte negative konnotationer. Sprogbrugen var stram uden inddragen af modtageren, som læser teksten. Denne kombination af videnskabsdiskurs, positiv opbygning af egne projekter og kompetencer samt en mangel på inddragelse af læseren, tyder på at Marwell Zoos forudforståelse af naturbevaring er følgende: Naturbevaring er noget, som professionelle zooer tager sig af. Man har et videnskabeligt grundlag og en professionel tilgang til at udføre avlssamarbejder og in situ-naturbevaring. Målet med formidlingen af naturbevaring må være at få så mange gæster til enten at besøge zoen, som støtter naturbevaringsprojekterne økonomisk, eller donere penge direkte til naturbevaringsfonden.

Efter denne afdækning af Marwell Zoos forudforståelse går vi videre til at analysere Aalborg Zoos mission statement efter samme metode.

Mikroanalyse af Aalborg Zoos mission statement

Hvad siger teksten?

Tekstens emne er Aalborg Zoos naturbevaringsarbejde og den måde, zoen udfører dette arbejde nu og fremover. Formålet er at oplyse om Aalborg Zoos naturbevaringsarbejde og opfordre zoos gæster til at deltage aktivt i det, både ved besøg i haven, men også ved at lære mere på hjemmesiden. Tekstens budskab er: *Vi er en aktiv deltager i naturbevaringsprojekter både lokalt og globalt, og vi vil gerne lære dig noget om bæredygtig udvikling og have dig med på holdet.*

Hvordan fremsætter teksten sit budskab?

Jeg har klassificeret denne genre som mission statement. En mission statement er en slags selvansagelse for zooen, for de er her, de skriver, hvordan de ser sig selv. Det er her, zooen beskriver sin egen historie og den udvikling, den gerne vil følge fremover i forhold til naturbevaring.

Trækstrukturen for Aalborg Zoos mission statement ser således ud:

The image shows a screenshot of the Aalborg Zoo website with various elements highlighted by red numbers 1 through 14. The website is in Danish. At the top, there are navigation elements like 'OR LEV' and 'LÆR'. The main content area is titled 'NATURBEVARING' and contains a 'Mission' section. The mission statement text is as follows:

Mission
Aalborg Zoos mission er at arbejde for bevarelse af den biologiske diversitet. Det sker i en proces, hvor vidt muligt dyr og natur indsamles og formidles internt gennem et internationalt samarbejde mellem de zoologiske haver verden over. Viden om dyrene og deres forhold formidles videre til zoon gæster i et spændende og inspirerende miljø, med det formål at bringe mennesker og natur tættere på hinanden for derigennem at bevæbne dem om vores fælles ansvar og gøre dem aktive i naturbevaringsarbejdet.

Vision
Aalborg Zoo vil udvikle sig missionen ved at:

- Skabe gode miljøer omkring dyrene
- Skabe spændende og indbydende miljøer omkring publikum, et miljø som inspirerer til at lære mere, til at tage ansvar og være aktiv i naturbevaringen
- Føre en åben dialog med publikum om alle relevante aspekter af zoon arbejde og give dem et indblik i bredden og dybden af arbejdet
- Bidrage til forskning
- Deltage aktivt i de internationale forsknings- og artsamarbejder
- Deltage i bevaringen af naturen på det lokale såvel som globale plan
- Deltage i de internationale zoo fora.

Fra forbruger til bevarer
Aalborg Zoo åbnede i 1930, som en folketypisk zoo, en rekreativ have med en stor flok dyr, som havde til formål at underholde og belære publikum. Ofte kom vildtlevende fra naturen via domstændere, og de zoologiske haver var som sådan store natur "forbrugere". Der er heldigvis sket store forandringer siden.

Artsamarbejder
Zoon opgave er at sikre at fangstudsbestandene til enhver tid er sunde og at de lever et godt liv for de kommende generationer. Den viden, som gemmes om dyrene og om hvordan små populationer kan bevares, kan komme de vildelevende bestande til gode.

Bevaring af levesteder
Et dyrs naturlige levesteder skal vi mere end blot holde dem i live, vi skal også være med til at bevare deres naturlige levesteder. Derfor er habitatbevaring utrolig vigtigt, og det er vigtigt for at opnå en bæredygtig løsning, at det sker i et samarbejde med de vildelevende bestande.

Formidling
Zoon opgave har været indenfor WAZA samarbejdet har en stor berøringsflade verden over. Den berøringsflade er en vigtig faktor i formidling om dyr og natur og de problemer som truer dem. Zoo har derfor også en vigtig opgave i formidlingen omkring naturbevaringen.

Figur 15 Trækstruktur for Aalborg Zoos mission statement

Trækstrukturens inddeling er vist i Figur 15. Den fulde tekst er vedhæftet som bilag 2.

Trækstrukturen indeholder følgende træk:

1. Sprogskift
2. Navigation
3. Logo
4. Navigation
5. Kontaktsted
6. Samarbejdspartnere
7. Attention
8. Mission
9. Roadmap til naturbevaring
10. Historik
11. Ex situ mission
12. In situ mission
13. Yderligere information
14. International perspektivering

Nedenfor gennemgås trækstrukturen trin for trin, og hvor det er muligt uddybes de retoriske strategier, som afsendere har kodet teksten med.

Sprogskift (træk 1) er små hyperlinks udformet som flag, der kan gelejde læseren videre til den hlv. tysk- og engelsksprogede version af websitet. De har ingen naturbevaringsrelation og indgår som fast element på alle websitets sider.

Navigation (træk 2) er en åben, interaktiv søgeboks, hvor læseren kan udføre fritekstsøgninger i websitets indhold. Det giver læseren en åben mulighed for at interagere med websitet, men ikke med selve teksten. Søgefunktionen er et fast element på alle websitets sider.

Logo (træk 3) indeholder Aalborg Zoos logo, der samtidig virker som et link til websitets forside. Det har ingen naturbevaringsindhold. Man ser rundt om i verden, at flere og flere zooer integrerer værdier såsom naturbevaring i deres logo på samme måde, som Marwell Zoo gør det.

Navigation (træk 4) består af to navigationsmenuer – en vertikal venstremenu og en horisontal menu opbygget omkring et af Aalborg Zoos payoffs: ”Oplev, lær, bevar.” Rent retorisk optræder de tre små verber i bydeform som en tretrinsraket. Perspektivmæssigt er der en abstrakt fortællerrolle, der byder læseren at opleve, lære og bevare. Trækkets sproglige form er direkte og meget lidt formalistisk. På billederne er den sproglige tretrinsraket spejlet, denne gang med små snapshots af

tre truede dyrearter: chimpanseunge, rød panda og en frø. Det er ikke sikkert, at læseren er klar over, at de tre dyr er truede – det ekspliciteres ikke for læseren.

Kontaktsted (træk 5) er et fast element, der går igen i alle websitets sider. Der er interaktionsmuligheder for modtageren, der giver denne mulighed for nemt at give feedback til afsenderen.

Samarbejdspartnere (træk 6) er en samling grafiske hyperlinks til andre naturbevaringsorganisationer. Hyperlinksene er opbygget af de respektive organisationers logoer. Billedmæssigt set er det flot udførte grafiske logoer, der med deres finurlige kombination af bogstaver og silhuetdyr indbyder læseren til at gå ind i opgaven at dechifrere dem. Det er et smart træk, der kan få modtageren til at engagere sig i teksten. Rent appelmæssigt kan man sige, at teksten søger at forbedre sin etos, sin troværdighed, ved at sammenkæde sig med disse globale naturbevaringsorganisationer. Denne appel virker dog kun, hvis modtageren ved, hvad organisationerne står for og dermed kender deres imageværdi.

Attention (træk 7) er en naturbevaringsoverskrift med et billede, der skal fange læserens opmærksomhed og få vedkommende til at læse teksten. Billedet brugen den samme aparte frø med de udstående øjne som i navigationstrækket og der er nu føjet en sommerfugl til. Farvemæssigt er billedet, ligesom hele sidens layout, meget grønt – det signalerer natur.

Mission (træk 8) er det første træk med en egentlig tekstmængde. Trækket opridser på en narrativ facon, hvad Aalborg Zoos naturbevaringsmission er, og hvordan den realiseres. Vi når hele vejen omkring Appelmæssigt er teksten meget nøgtern er beskrivende, der er ikke de store appeller til følelsesregisteret. De enkelte ords konnotationer er positive, eksempelvis med udtrykkene "bevarelse", "biologisk diversitet" og "spændende og inspirerende miljø." Rent taksonomisk er der brugt meget handlingsbærende verber, der indebærer en handling: "arbejde", "indsamles", "formidles" og "bevidstgøre" – det er ord, der flytter noget. Trækket er tekstens tungeste læsning med lange sætninger indeholdende lange led.

Det er interessant, at læseren har fået en rolle i teksten to steder: "zoos gæster" og "bringe mennesker og natur." Det er ligesom i træk 4 en direkte kommunikation til læseren – *det er dig, vi taler til*. Læseren inddrages takket være disse roller og takket være den meget konkrete beskrivelse af, hvordan zoos gæster skal inddrages i naturbevaringsprojektet. Den direkte og enkle taleform kombineres med et konkret abstraktionsniveau, der skaber let forståelse af teksten.

Roadmap til naturbevaring (træk 9) eksemplificerer, hvordan Aalborg Zoo vil virkeliggøre missionen. Her får abstraktionsniveauet endnu et hak nedad, og de konkrete eksempler indledes

alle med at meget positivt ladet verbum: "Skabe", "føre dialog", "bidrage" og "deltage." Disse taksonomiske valg gør, at modtageren prægtes til at opfatte Aalborg Zoo som en aktiv spiller, der ikke ligger på den lade side. Igen indbydes læseren i punkt 2 og 3 til at deltage aktivt, og til at "lære mere, til at tage ansvar og være aktiv" samt "føre dialog." Det sidste punkt på listen, "deltage i de internationale zoo fora" er endnu en reference til de etablerede organisationer, lige som det var det i træk 6.

Historik (træk 10) fungerer som en afstandtagen til tidligere tiders synder mht. forvaltningen af naturarven. Det er et klar holdningstilkendegivende træk, "Der er heldigvis sket store forandringer siden," der skal distancere zoen fra dens tidligere rolle. Man kan sige, at det er en form for omvendt etos-appel: *Vi var ikke så gode før i tiden, men vi er ikke den organisation mere.*

Ex situ mission (træk 11) forklarer i en lettere videnskabelig diskurs, hvordan handlinger nu kan sikre en bæredygtig fremtid. I kombination med træk 10 er der her sket en hurtig fortid-nutid-fremtid-dikotomisering.

In situ mission (træk 12) beskriver vigtigheden af at arbejde ude i verden med naturbevaringen. Sammen med træk 11 beskrives naturbevaringens to lokaliseringer, ude-hjemme, i endnu en dikotomisering (den så vi også i træk 9, punkt 6).

Yderligere information (træk 13) giver læseren en interaktiv mulighed for at dykke længere ned i naturbevaringslæren ved at præsentere et hyperlink, der fører videre til beskrivelsen af et af Aalborg Zoos konkrete projekter.

International perspektivering (træk 14) virker som en troværdighedserklæring for naturbevaringsarbejdet på allerhøjeste abstraktionsniveau. Aalborg Zoos naturbevaringsarbejde får øget troværdighed ved at blive sammenkædet med den globale indsats.

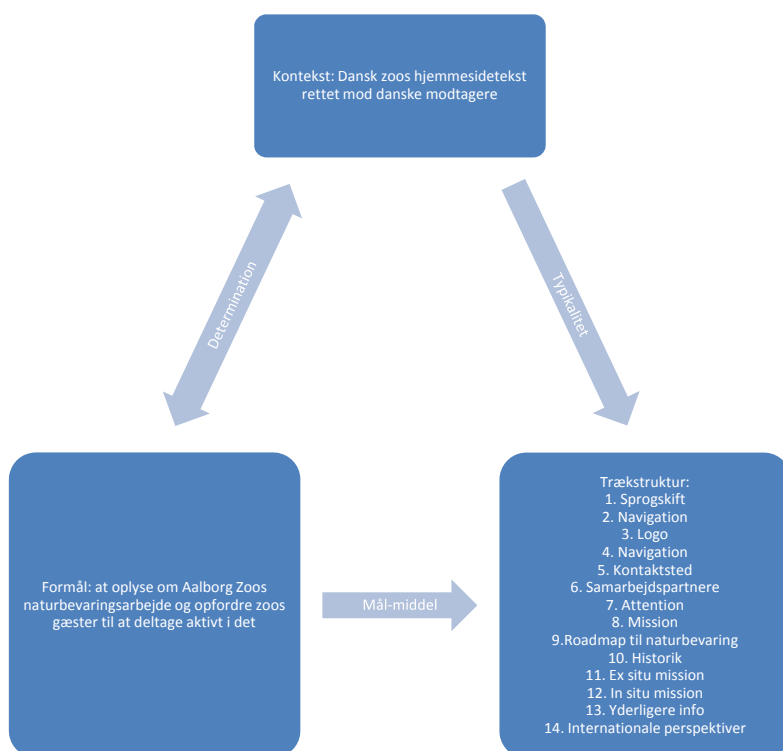
Teksttypiske svinger teksten mellem det fortolkende orienterende og det argumenterende. I flere træk skinner en klar holdningstilkendegivelse igennem. Teksttypisk svinger teksten næsten fra træk til træk, men overordnet sidder man tilbage det indtryk, at teksten er skarpt argumenterende i korte stød, og derudover mere refererende beskriver de tiltag, der skal til for at leve op til naturbevaringsmissionen.

Trækkene er skrevet i et meget narrativt, beskrivende flow. Stilistisk set er teksten let fordøjelig og direkte i formen, men rækkefølgen af trækkene virker ikke helt optimalt rent retorisk set. De enkelte træks placering virker tilfældig, og læseren risikerer at blive distraheret af, at

genrekonventionerne flyttes. Teksttypisk bevæger hele teksten sig i det orienterende felt, men med en enkelt udstikker i træk 10, hvor der kommer en klar holdningstilkendegivelse.

Rent billedmæssigt støtter det grafiske materiale op omkring naturbevaringen. Fra den grønne layoutfarve over navigationsbillederne af de truede dyrearter og logodyr til et feature-billede af en af de truede tigre, der ofte bruges som eksempler på den biodiversitet, man risikerer at miste, kan man se den røde tråd rent grafisk.

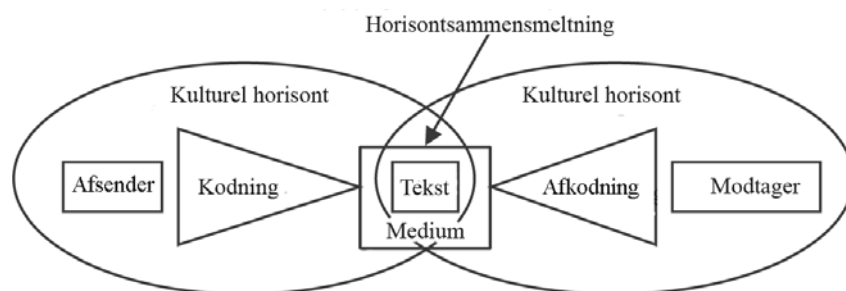
Indsætter man mikroanalysens resultater i trekantmodellen, ser det således ud:



Figur 16 Trekantmodel for Aalborg Zoos mission statement

I den senere diskussion vil resultaterne af mikroanalyse og makroanalyse blive samlet, og de to zoos resultater vil blive sammenlignet og kommenteret.

Makroanalyse af Aalborg Zoos mission statement



Hvorfor bringer teksten budskabet på netop denne specielle måde?

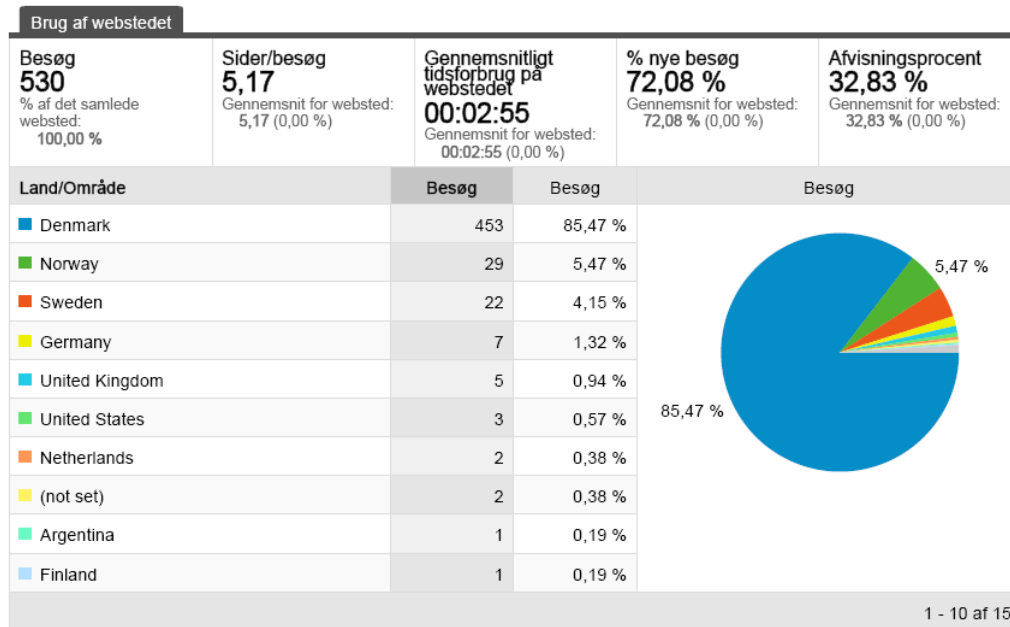
Igen ser vi i kommunikationssituationen på, hvem Aalborg Zoos formodede afsender og modtager er, samt hvorfor teksten er brugt i sammenhæng med mediet hjemmesiden.

På samme måde som med Marwell Zoo, kan **afsenderen** af både ses som en enkelt person eller som organisationen Aalborg Zoo selv. Jeg ved fra samtaler med Aalborg Zoos conservation officer, Jens Sigsgaard, at der kun er ansat én person i Aalborg Zoo til at formidle naturbevaring, og det er ham. Dette kan man også se ud fra de årsrapporter, som Aalborg Zoo udgiver hvert forår, hvori personalets sammensætning og ansvarsopgaver er listet. Jens Sigsgaard udtrykker sig på vegne af Aalborg Zoo, og den mission statement, der foreligger i analysen, er blevet godkendt af direktøren.

Mediets rolle i budskabets placering er den samme for Aalborg Zoo, som den er for Marwell Zoo. Hjemmesiden er zooens elektroniske ansigt udadtil, og det forventes denne slags dokumenter findes på hjemmesiden. Aalborg Zoo benytter mange af mediet indeholdte egenskaber i den mission statement. Flere hyperlinks til de organisationer, som hovedsageligt arbejder inden for naturbevaring, er at finde på siden. Derudover bruger Aalborg Zoo internettets mulighed for grafisk fremstilling på en sådan måde, at farvekoderne og billederne støtter naturbevaringsdiskursen ved at holde stilen ren.

Modtageren af Aalborg Zoos naturbevaringsformidling er primært danskere. Følgende oversigt er fra Google Analytics, og den viser besøgsstatistikken på Aalborg Zoos hjemmeside netop den 13. maj 2008:

530 besøg kom fra 15 lande/områder



Figur 17 Besøgende på Aalborg Zoos hjemmeside den 13. maj 2008

Man kan ud fra statistikken se, at stort set alle de besøgende kommer fra Danmark, Norge og Sverige med en stor overvægt til fordel for Danmark. Da siden er dansksproget, kunne man heller ikke forvente, at der var flere internationale besøgende fra andre nationer.

Hvad siger teksten om sig selv og sin ophavssituation?

Tekstens **kulturelle kodning og horisont** kan man forsøge at deducere om på baggrund af den måde, sprogbrugen er i teksten og sammenstille det med de øvrige informationer, man har. Aalborg Zoos sprogbrug er meget nede på jorden og let fordøjeligt. Stilistiske set var sprogbrugen præget af aktive handlingsverber med positive konnotationer, såsom "skabe" og "deltage." Teksten opbyggede sin egen goodwill ved at relatere sig til andre organisationer, der i forvejen har en høj imageværdi. Aalborg Zoo lagde vægt på gæstens rolle i naturbevaring og det faktum, at formidlingen og læringen af naturbevaring er et mål i sig selv.

Dette tyder på Aalborg Zoos forudforståelse af naturbevaring er følgende: Naturbevaring er ikke bare de konkrete projekter i zoen og ude i verden. Naturbevaring er også et kendskab til at handle rigtigt i forhold til omverdenen og de ressourcer, man forbruger. Naturbevaringsprojekter styres af professionelle, alle er velkomne til at give en hånd med – alle hænder tæller, når man skal ændre hele verdens forbrugsmønster. Målet med formidlingen af naturbevaring er at så mange som muligt tager aktivt stilling til problemstillingerne, og de, der kan, opfordres til også aktivt at handle.

De to mikroanalyser og to makroanalyser gav en del forskelligartede indsigter i zooernes mission statements og deres (formodede) tilblivelsesproces.

Når man sammenligner de to teksters trækstrukturer, er det klart, at der er visse træk, der er at finde i begge, som de gerne skulle ifølge genreteorien:

Marwell Zoo	Aalborg Zoo
1. Teknisk rygdækning	1. Sprogskift
2. Logo	2. Navigation
3. Tidsstempling	3. Logo
4. Navigation	4. Navigation
5. Introducerende information og attention	5. Kontaktsted
6. Historik	6. Samarbejdspartnere
7. Mission	7. Attention
8. Roadmap til naturbevaring	8. Mission
9. Kontaktsted	9. Roadmap til naturbevaring
10. Navigation	10. Historik
11. Metainfo for medium og indhold	11. Ex situ mission
	12. In situ mission
	13. Yderligere information
	14. International perspektivering

Aalborg Zoo har ganske vist flere træk, men deres hjemmeside indeholdt også flere medie-specifikke træk uden for selve kerneteksten. Begge zooer bruger trækkene Logo, Navigation, Historik, Mission, Kontaktsted og Roadmap til naturbevaring. Aalborg Zoo har herudover fundet flere missionstræk ud i in situ- og ex situ-mission. Aalborg Zoo har også et medie-specifikt træk, der bruges udelukkende til etos-appeller, der skal øge tekstens troværdighed: Samarbejdspartnere. Det er i forbindelse med appelformerne interessant at bemærke, hvordan de to zooer øger deres troværdighedsværdi på to forskellige faconer: Aalborg Zoo låner goodwill af andre, mens Marwell Zoo ved hjælp af logos-appeller hylder sine egne projekter og egenskaber.

Strukturelt har Marwell Zoo en mere gennemført trækstruktur. Stilistisk bliver teksten lige så stille mere og mere inddragende, og det kulminerer lige inden trækket Kontaktsted. Aalborg Zoos trækstruktur er mere rodet og virker mere tilfældig. Til gengæld er sprogbrugen i Aalborg Zoos tekst mere konkret og håndgribelig, hvor Marwell Zoos er mere abstrakt i natur. Disse egenskaber ved teksterne har spillet meget godt op til de formål, som de har. Begge tekster søger primært at oplyse om naturbevaring, men på det sekundære niveau søger Marwell Zoo at opbygge sin egen troværdighed, hvorimod Aalborg Zoo sekundære formål er at få modtageren op af stolen og ind i kampen.

Teksttypisk er det den samme historie: Marwell Zoo fører konsekvent sig frem fra en orienterende tilgang til en argumenterende, hvor Aalborg Zoo fra træk til træk svinger lidt frem og tilbage mellem at referere og argumentere.

Den måde, de to afsendere udnytter internettets muligheder på, er også vidt forskellige. Marwell Zoo bruger næsten ingen af de ekstra redskaber, som er tilgængelige. Aalborg Zoo, derimod, bruger flere ikke-sproglige virkemidler til at støtte formidlingen af naturbevaringen. Grafisk set er Aalborg Zoos hjemmeside som at træde ind i en regnskov, hvor der er grønt over det hele og der er små dyr rundt omkring i hjørnerne. Marwell Zoos hjemmeside er mere som en ørken, hvor layoutet er opbygget i sandfarver, og der er ingen overflødige elementer, kun de, der betragtes som nødvendige. Siden krones med et enkelt grafisk element: Sabeloryxen, der hører hjemme i ørkenen!

Konklusion og perspektivering

Specialets formål var at påvise, hvordan Marwell Zoo og Aalborg Zoo italesætter naturbevaring i deres mission statements på internettet. Derudover var det målet at undersøge, hvordan sammenhængen er mellem de sproglige valg, zooerne tager, og de kulturer, de repræsenterer.

Først gælder det spørgsmålet om, hvordan italesættelsen af naturbevaring blev forvaltet af de to zooer. Der var to hjælpespørgsmål til dette spørgsmål: Hvilke typer tekster er zooernes mission statements, og hvilke retoriske strategier bruges der i udformningen af dem?

Der trådte i analysen klare forskelle frem på, hvordan Marwell Zoo og Aalborg Zoo italesætter naturbevaring i deres mission statements. Teksttypisk er de to tekster meget ens. Det vil sige, at de begge er dels orienterende, altså refererende i forhold til omverdenen, og dels argumenterende, hvilket vil sige, at de udtrykker deres holdning til naturbevaringsproblematikken på en sådan måde, at de søger at påvirke modtageren til at ændre anskuelse og adfærd. Marwell Zoo anskueliggør både referencerne og argumenterne på en meget stilren måde, hvorimod Aalborg Zoo gør det på en mere uformelt, men ikke nødvendigvis mindre effektiv, facon.

Med hensyn til de retoriske strategier, så er der i analysen eksempler på, at alle seks typer strategier bliver anvendt i teksterne. Nogle gange bliver de anvendt på samme måde, som med abstraktionsniveauerne og dikotomier, mens eksempelvis appellformerne og konnotationerne bruges på vidt forskellige måde. Marwell Zoos etos-appeller er begrundet i egne projekter, mens Aalborg Zoo låner goodwill fra andre kilder. Marwell Zoo udnytter ordenes konnotationer til at opbygge en videnskabsdiskurs, mens Aalborg Zoo udnytter dem til at få dynamik ind i sproget ved hjælp af handlingsverber. Der var ikke mange metaforer i teksterne, men til gengæld er Aalborg Zoo fremmest, når det gælder om at bruge billedsproget.

Konklusionen på det første spørgsmål om zooernes italesættelse må være, at zooerne bruger en bred palet af retoriske strategier til at fremføre deres budskab på den optimale måde. Begge måder at gøre det på virker fornuftige, for selvom de ikke er ens, passer de ind i den specifikke strategi, som hhv. Aalborg Zoo og Marwell Zoo bevidst eller ubevidst har valgt at bruge.

Apropos bevidst eller ubevidst, så handler problemformuleringens andet spørgsmål om sammenhængen mellem sprogbrugen i teksten og den (bevidst eller ubevidste) kulturelle horisont, som teksten udspringer af. Det har straks været sværere at påvise en direkte relation her. Den induktive metode med at konkludere om en forfatters baggrund ved hjælp af den tekst, vedkommende har forfattet, kan umiddelbart virke noget skrøbelig. Det er muligt med hjælp fra et par andre kilder at nå frem til en formodning, der lyder plausibel, men en eksakt videnskab bliver

det aldrig. Der er for megen subjektiv fortolkning indbygget i metoden til, at den er sikker nok til at anvende på den måde, jeg har prøvet den her. Jeg mener, at for at den skal være repræsentativ, så skal den suppleres med yderligere data, eksempelvis i form af interviews med forfatteren eller lignende. Dette betyder ikke, at konklusionen er ubrugelig, blot at man skal være varsom med, i hvilke sammenhænge, man bruger den. Resultatet er ikke nødvendigvis forkert, der mangler bare et dybere empirisk grundlag, der støtter påstanden om, at man kan uddrage en forfatters syn på livet ud fra hans tekster. Teoretisk set ligger problemet velsagtens i, at der simpelthen er for mange muligheder at vælge imellem, når man induktivt skal identificere en horisont baseret på et udsagn. Lige som en horisont den anden vej kan fordre et væld af forskellige udtryksmuligheder på det partikulære niveau. Problemet består i, at det mellem den kulturelle horisont og det sproglige udtryk begge veje er en mange til mange-relation, som man ville betegne det inden for databasesproget. Der er ikke kun en én til én-relation mellem et sprogligt udtryk og den horisont, der relateres til.

Specialet her er udarbejdet ud fra afsender-orienteret perspektiv. Det kunne være interessant at fortsætte studiet ved at dreje analysevinklen over på en mere modtager-orienteret vinkel. Man kunne finde forbrugere og spørge dem, hvordan de opfatter zooernes formidling af naturbevaring. I sidste ende er det jo dem, man skal have fat i for at få penge i kassen til at køre disse naturbevaringsprojekter.

Selvom det ikke lykkes at påvise en klar og målbar relation mellem ord og horisont, så kom der mange gode betragtninger ud af den sproglige analyse, der vil kunne (gen)bruges til at undersøge andre tekster med. De retoriske strategier og deres rolle i forhold til en teksts budskab er gode at have i baghovedet, når man enten selv skal producere tekst eller kritisk skal vurdere en fremmed tekst.

Bibliografi


- Adler, J. (2005). The colour of zoo marketing is green! *5th International Zoo & Aquarium Marketing Conference*. WAZA.
- Askehave, I. (2005). *Intercultural Market Communication - Student Compendium for BA 5th Semester, SIV*.
- Askehave, I., & Ellerup Nielsen, A. (2005). Digital genres - a challenge to traditional genre theory. *Information Technology & People*, s. 120-144.
- Askehave, I., & Norlyk, B. (Red.). (2006). *Meanings and messages - intercultural business communication*. Academica.
- Baratay, E., & Hardouin-Fugier, E. (2002). *Zoo - A History of Zoological Gardens in the West*. Reaction Books.
- Boolsen, M. W. (2006). *Kvalitative analyser - At finde årsager og sammenhænge*. Hans Reitzels Forlag.
- Chaffey, D. (2007). *Total E-mail Marketing*. Butterworth-Heinemann.
- Chaffey, D., Mayer, R., Kevin, J., & Ellis-Chadwick, F. (2000). *Internet Marketing*. Prentice Hall.
- Collison, D. (1987). *Fifty major philosophers*. Croom Helm.
- Ditlevsen, M. G., Engberg, J., Kastberg, P., & Nielsen, M. (2003). *Sprog på arbejde - kommunikation i faglige tekster*. Samfundslitteratur.
- Farkas, M. G. (2007). *Social Software in Libraries - Building Collaboration, Communication and Community Online*. Information Today, Inc.
- Freytag, P. V., Jensen, J. M., Jørgensen, N., & Madsen, T. K. (2005). *Marketing - en introduktion*. Syddansk Universitetsforlag.
- Frische, T., & Storm, C. O. (1985). *Zoologisk Have 50 år på Bejsebakken*. Burmester Bejsebakken.
- Gabrielsen, J., & Mouton, N. T. (2008). An Inconvenient Truth er en opvisning i miljøretorik. *KOM magasinet*, 30, 14-17.
- Gadamer, H.-G. (1995). *Truth and Method*. Continuum.
- Grant, J. (2007). *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons Ltd.
- Gullestrup, H. (2003). *Kulturanalyse - en vej til tværkulturel forståelse*. Akademisk forlag.
- Hancocks, D. (2001). *A different nature - the paradoxical world of zoos and their uncertain future*. University of California Press.
- Harboe, T. (2006). *Indføring i samfundsvidenskabelig metode*. Forlaget Samfundslitteratur.

- Hartnack, J., & Sløk, J. (Red.). (2000). *De store tænkere - Aristoteles*. Rosinante Forlag A/S.
- Jensen, L. B. (2004). *Fra patos til logos*. Roskilde Universitetsforlag.
- Jensen, L. B. (1997). *Indføring i tekstanalyse*. Roskilde Universitetsforlag.
- Jensen, U. J. (2002). *Godnethistorier*. Frydenlund.
- Johansen, L., & Jørstad, K. (2006). *Oplevelser i udvikling, udvikling i oplevelser*. ODA - Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner.
- Just, S. N. (2007). At møde den anden. *KOM magasinet*, 27, 7-9.
- Jørgensen, B. (1993). *Dyr omkring mig*. Rhodos.
- Jørgensen, C., & Onsberg, M. (2003). *Praktisk argumentation*. Ingeniøren bøger.
- Jørgensen, K. G., & Geist, U. (Red.). (1996). *Det nye korstog - Sproganalytiske vinkler på en sagprosatext*. Roskilde Universitetsforlag.
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Samfundslitteratur.
- Lee, K. (2005). *Zoos - a philosophical tour*. Palgrave Macmillan.
- Lund, E., Pihl, M., & Sløk, J. (1962). *De europæiske ideers historie*. Gyldendal.
- Norton, B. G. (1995). *Ethics on the ark - zoos, animal welfare, and wildlife conservation*. Smithsonian Institution Press.
- Ottman, J. A. (1998). *Green Marketing - Opportunity for Innovation*. Booksurge.
- Skirbekk, G., & Gilje, N. (1995). *Filosofiens historie 2*. Nordisk Forlag A/S.
- Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). *Marketing Communications*. Kogan Page.
- Thurén, T. (1996). *Tanke, sprog og virkelighed*. Munksgaard - Rosinante.
- Thurén, T. (2006). *Videnskabsteori for begyndere*. Rosinante.
- Tuborgh, L. (Marts 2007). Velgørende Innovation. *Kommunikation*.
- Tudge, C. (1991). *Last animals at the zoo - how mass extinction can be stopped*. Island Press.
- Zimmermann, A., Hatchwell, M., Dickie, L. A., & West, C. (Red.). (2007). *Zoos in the 21st Century - Catalysts for Conservation?* Cambridge University Press.

Bilag 1: Marwell Zoos mission statement

Switch to low graphics version

Tuesday 13th May, 2008



Home About Us Programmes Research Support Us

About Us

Marwell Conservation is responsible for the wildlife management and scientific programmes of Marwell Preservation Trust, a registered charity (no. 275433), dedicated to the conservation of biological and other natural resources.

Marwell Preservation Trust was initially established in 1972 to manage Marwell Zoological Park, a centre for the breeding and conservation of endangered species. A complementary education service, supporting wildlife conservation and environmental goals was subsequently developed and the Trust established a track record of supporting a range of in situ conservation initiatives with resources generated from the operation of the zoological park.

More recently, the Trust invested resources to establish and develop its own portfolio of international conservation projects. Today, Marwell Conservation seeks to address causes of extinction such as habitat loss and the over-exploitation of biological resources and to manage vulnerable populations of threatened species to ensure their survival. This is achieved through a range of species and habitat conservation programmes locally to Marwell's base in southern England and internationally, with a particular focus in Africa.

Our approach to conservation is characterised by some common threads that run through our projects:

- We undertake projects that build capacity for wildlife conservation, particularly in countries lacking the necessary resources by providing expertise and funding to support biologists in developing countries.
- We seek to address large-scale conservation issues by developing strategic partnerships and pooling resources with like-minded organisations that share common goals.
- We seek to gain knowledge to inform conservation decision-making by undertaking research as an integral component of our projects.
- With limited resources for biodiversity conservation, we believe in the effective and efficient use of available assets. This is achieved through careful project planning and management and by evaluating the results of our work against key targets and conservation metrics.
- We recognise that biological resources are important for people and in turn conservation is reliant on good stewardship by individuals and communities. Investing in people is at the heart of our business: developing the knowledge and experience of our team; providing training and building capacity for others working with wildlife; consulting and encouraging community involvement in biodiversity conservation.

Marwell Conservation
c/o Marwell Preservation Trust
Colden Common
Nr Winchester
SO21 1JH, United Kingdom
Tel.: +44 (0)1962 777407
Fax: +44 (0)1962 777511
Email: conservation@marwell.org.uk

Back to top Vacancies Site Map Marwell Zoological Park

Copyright 2008 Marwell Preservation Trust. [Site by Semantic](#)

Bilag 2: Aalborg Zoos mission statement

🇩🇰 🇬🇧 🇩🇪

Aalborg ZOO

OPLEV
gå på opdagelse
i storbyjungen

LÆR
formidling
og undervisning

BEVAR
forskning og
naturbevarelse

SAMARBEJDSPARTNERE

BESØG I ZOO

AKTIVITETER

ZOO'S DYR

NATURBEVARING

Avlssamarbejde

Forskning

Projekter

Kampagner

Links

GØR EN FORSKEL

SKOLETJENESTEN

OM ZOO

ZOO SHOPPEN

Aalborg ZOO
Mølleparkvej 63
9000 Aalborg
[Find vej](#)

Tlf.: 96 31 29 29
Fax.: 98 13 19 33
info@aalborgzoo.dk

Naturbevaring

Forskning og Naturbevaring

Mission

Aalborg Zoos mission er at arbejde for bevarelse af den biologiske diversitet. Det sker i en proces, hvor viden om dyr og natur indsamles og formidles internt gennem et internationalt samarbejde mellem de zoologiske haver verden over. Viden om dyrene og deres forhold formidles videre til zoos gæster i et spændende og inspirerende miljø, med det formål at bringe mennesker og natur tættere på hinanden for derigennem at bevidstgøre dem om vores fælles ansvar og gøre dem aktive i naturbevaringsarbejdet.

Vision

Aalborg Zoo vil virkeliggøre missionen ved at:

- Skabe gode miljøer omkring dyrene
- Skabe spændende og indbydende miljøer omkring publikum, et miljø som inspirerer til at lære mere, til at tage ansvar og være aktiv i naturbevaringen
- Føre en åben dialog med publikum om alle relevante aspekter af zoos arbejde og give dem et indblik i bredden og dybden af arbejdet
- Bidrage til forskning
- Deltage aktivt i de internationale forsknings- og avlssamarbejder
- Deltage i bevaringen af naturen på det lokale såvel som globale plan
- Deltage i de internationale zoo fora.

Fra forbruger til bevarer

Aalborg Zoo åbnede i 1935, som en tidstypisk zoo, en rekreativ have med en samling af dyr, som havde til formål at underholde og belære publikum. Ofte kom dyrene direkte fra naturen via dyrehandlere, og de zoologiske haver var som sådan store natur "forbrugere". Der er heldigvis sket store forandringer siden.

Avlssamarbejder

Zoos opgave er at sikre at fangenskabsbestandene til enhver tid er sunde og at de kan danne et godt grundlag for de kommende generationer. Den viden, som genereres om dyrene og om hvordan små populationer kan bevares, kan komme de vildtlevende bestande til gode.

Bevaring af levesteder

Skal vi sikre arterne skal vi mere end blot holde dem i live. Vi skal også være med til at sikre deres naturlige levesteder. Derfor er habitatbevaring utrolig vigtigt, og det er vigtigt for at opnå en bæredygtig løsning, at det sker i et samarbejde med de lokale befolkninger.

[Læs om Aalborg Zoos samarbejde med Payamino-indianere i Ecuador.](#)

Formidling

Zoologiske haver indenfor WAZA samarbejdet har en stor berøringsflade verden over. De besøges årligt af ca. 600 millioner gæster svarende til 1/10 af jordens befolkning. Denne berøringsflade er en vigtig faktor i formidling om dyr og natur og de problemer som truer dem. Zoo har derfor også en vigtig opgave i formidlingen omkring naturbevaringen.

WORLD ASSOCIATION OF ZOO'S AND AQUARIUMS

EEP

EAZA

CITES

DAZA
Danish Association of Zoos and Aquaria

IZE