

Fremgangsmåten skritt for skritt

1. **Se etter hovedsynspunktet** (Hovedbudskapet) Nevnes som regel flere ganger i teksten, men slutten er det beste stedet å lete. Trekk essensen av de formuleringene som finnes. Prøv å skill ut forklaringene, formuler hovedsynspunktet i én setning.
2. **Let etter holdbarhetsargumentene.** Det er ofte setninger som uttrykker fakta. Ikke let frem alle slike setninger. Hvis det er flere typer holdbarhetssetninger, bør vi ta med alle typene. Gi setningen(e) en kort formulering - sett dem opp ett for ett.
3. **Argumenter for de valg av holdbarhetsargumenter** som er gjort.
4. **Se etter relevansargumenter.** Gjør beskrivelsen så jort som mulig. Vi må også ofte selv formulere implisitte relevansargumenter. Vi trenger minst ett relevansargument til hver gruppe holdbarhetsargument. Kontrollspørsmål: Viser relevansargumentet at holdbarhetsargumentet har med saken å gjøre?
5. **Argumenter for valg av relevansargumenter.**

Kritisk vurdering av resonnementet

1. **Hovedsynspunkt:** Det er vanskelig å kritisere hovedsynspunktet isolert. Vi kan kritisere måten det er presentert på
2. **Holdbarhetsargumentene:** Bør ligne på det vi kan kalle fakta. Vi må akseptere at argumentene har sannsynlighetsovervekt, men de må vurderes opp mot den argumentative oppgaven de har:
 - a. Har de med saken å gjøre?
 - b. Gir de fylldig nok dokumentasjon i forhold til hovedsynspunktet?
 - c. Er det for få av dem?
 - d. Er utvalget ensidig?
 - e. Mangler det dokumentasjon?
3. **Relevansargumentene:** De skal være troverdige i seg selv – uavhengig av resonnementet. Vurderes i forhold til deres oppgave innen argumentasjonen:
 - a. Er de troverdige?
 - b. Er de tett nok på holdbarhetsargumentene?
 - c. Er de fullstendige (Er det viktige holdbarhetsargumenter som ikke er dekket inn av relevansargumenter)?
 - d. Har alle holdbarhetsargumenter relevansargumenter?
 - e. Er holdbarhetsargumentene relevante?
 - f. Er relevansargumentene slik at de kobler holdbarhetsargumentene og synspunktet?
 - g. Er det for mye slark?
4. **Forbehold:** Hvis forfatteren tar forbehold overfor synspunktet må vi spørre:
 - a. Er forbeholdene i samsvar med hva som er sagt om sannsynligheten til holdbarhetsargumentene?
 - b. Er relevansargumentene troverdige?
5. **Resonnementet:** Det er bare resonnementet som skal vurderes, ikke teksten som helhet. Det kommer senere (retorisk analyse og sjangeranalyse). Vi skal vurder synspunktets styrke på bakgrunn av argumentasjonen. Vurderingen skal begrunnes, som en samlende konklusjon.

Analyse av tekster med flere resonnementer

Resonnementsskjede: Underordnede resonnementer produserer holdbarhetsargumenter til ett hovedsynspunkt.

Vi kan finne tekster der argumenter tjener som holdbarhetsargumenter til holdbarhetsargumentene i hovedresonnementet. Det gir mer komplette, men også mer kompliserte analyser.

Teksten kan også inneholde to eller flere selvstendige resonnementer. Da bør vi lage en analyse av hver enkelt, hver for seg.. Er det ene klart dominerende i forhold til andre, kan vi velge dette og se bort fra de andre.

Normativt resonnement: Innehar en eller annen valør av bør. – ,peker på noe ønskelig eller verdifullt.

Deskriptivt resonnement: Beskriver hvordan noe er.

Vi finner ofte et hovedresonnement som munner ut i et deskriptivt hovedsynspunkt, som så blir et holdbarhetsargument for et nytt, normativt resonnement.

Eksempel:

Holdbarhetsargument: Fattigdommen øker i Norge.

Relevansargument: De gamle norske likhetsidealer bør tas vare på

Synspunkt: Det bør settes i verk tiltak for å redusere
fattigdommen.

Et normativt resonnement har alltid et normativt synspunkt, og har ofte et normativt relevansargument.

I.

•

Argumentasjonsanalyse Ernst Åge Johnsen

Kilde:www.vgskole.no/teachers/norsk/ressurser

• **Åpen Argumentasjon**

• Herr redaktør!

Det er min overbevisning at vi må gjeninnføre spanskrøret i norsk skole - det er et ypperlig disiplineringsmiddel. Kunnskapsmangelen brer seg i norsk skole i dag.

• Tidligere var spanskrøret et selvfølgelig inventar i ethvert klasserom, og det hadde en meget heldig innvirkning på oppdragelsen i den klassen der jeg selv gikk.

• Spanskrøret bør derfor absolutt komme til heder og verdighet igjen.

• Men spanskrøret ville drive elevenes lathet ut og kunnskapen inn. Spanskrøret ville samtidig styrke elevenes respekt for læreren.

• Tidligere var spanskrøret et selvfølgelig inventar i ethvert klasserom, og det hadde en meget heldig innvirkning på oppdragelsen i den klassen der jeg selv gikk.

• Spanskrøret bør derfor absolutt komme til heder og verdighet igjen.

• Men spanskrøret ville drive elevenes lathet ut og kunnskapen inn. Spanskrøret ville samtidig styrke elevenes respekt for læreren.

• Det er vel verdt å merke seg at flertallet av norske elever nå faktisk ønsker spanskrøret gjeninnført. Rørene er dessuten billige i innkjøp - kr. 15,00 per stykk.

hilsen V.R. Peis"

- **Forfatteren av denne teksten gir uttrykk for flere synspunkter. Hovedsynspunktet er at spanskrøret må tas i bruk på nytt. Dette blir begrunnet med seks argumenter:**
 - 1. Spanskrøret er et godt disiplineringsmiddel.
 - 2. Spanskrøret hadde en positiv effekt på oppdragelsen i klassen
 - 3. Spanskrøret vil øke kunnskapene hos elevene.
 - 4. Spanskrøret vil gi elevene respekt for læreren.
 - 4. Spanskrøret vil gi elevene respekt for læreren.
 - 5. Flertallet av elevene ønsker spanskrøret innført på nytt.
 - 6. Spanskrøret er rimelig i innkjøp.
- **Det imidlertid ikke vanskelig å tenke seg at ganske mange (kanskje særlig elever) vil ha vektige motargumenter. Disse kan f.eks. være :**
 - 1. Elevene vil bli plaget fysisk.
 - 2. Elevene kan få psykiske skader.
 - 3. Elevene vil bli reddet for lærerne.
 - 4. Elevene vil få avsky for skole og læring
 - 5. Avstraffing av denne typen er i strid med norsk lov.
 - (Kilde: "Grunnlinjer" s. 89-94)
 - Det største problemet kan ofte være å finne argumentene og konklusjonen(e). Det kan være lurt å se etter ord som viser forholdet mellom årsak og virkning. Ord som **siden, da** og **fordi** signaliserer gjerne et argument, mens ord som **derfor, så, altså, følgelig, derav følger, ergo**, osv. kan innebære at vi har kommet til en konklusjon.
 - **Alle forsøk på å overtale, overbevise eller på noen måte påvirke mottakeren som ikke bygger på logisk resonnering, kaller vi skjult argumentasjon. (Malen for stikkordene under er hentet fra "Språkbruksanalyse" - DNS, s.138)**
 - **1. "Det parallelle tilfelle" (analogi)**
"Husk hva som skjedde med Petter da han kjørte for fort! Det gikk ikke bra..."
 - **2. Sunn fornuft**
"Det er helt innlysende at...", "det sier seg selv at...", osv.
 - **3. Autoriteter og idoler**
Man bruker en (kjent) person med autoritet, Professor Tanke ved universitetet, osv. osv. mener også at"
 - **4 Fellesskapet**
"Vi i Arbeiderpartiet mener", "Vi kristne kan ikke godta abort/homofili/sekseuell aktivitet utenfor ektenskapet/osv."
 - **5. Flertallet**
"Langt de fleste vil være enig i...", "Alle er enige om at....", "Fler og fler velger...", osv.
 - **6. Eksklusivitet**
Dette er det motsatte av 'flertallsknepet' beskrevet ovenfor. "tør si noe der andre tier"
 - **7. Lykken og det søte liv**
vellykket surfer langs Californias solfylte strender bare ved å drikke et par flasker Coca Cola eller Pepsi. En engelskspråklig reklametekst spør enkelt og greit:
"Do you feel Seven UP today?"
 - **8. Nyhetsknepet**
Dette knepet brukes også svært mye i reklame. "Endelig i Norge!", "Nå diskuterer alle boka av...."

- **9. Konsekvensknepet**
Man prøver å binde mottaker til et sett med meninger.
"Du som er Venstremann, du mener vel da også ..."
- **10. Ordvalget**
Avsender kan 'farge' en begivenhet på ulike måter etter hvilket ordvalg han/hun benytter. Overskriften:
"Regjeringen i China melder om nye uroligheter"
virker forholdsvis nøytral. Dersom journalisten bytter ut "melder om" med "påstår", "innrømmer", etc., ser vi at meldingen forandrer mening.
- **11. Allusjon**
En [allusjon](#) er en henvisning til noe som må være kjent hos mottakeren.
"Nå må det norske folk slutte med dansen rundt gullkalven!"
- **12. Ironi og satire**
Hensikten er vanligvis å latterliggjøre en motstander.

II.

Analyse av argumenterende tekstar, ofte kalla *argumentasjonsanalyse*, er ein [sjanger](#) i norskfaget i den vidaregåande skulen. Denne forma for analyse går ut på å forklara [argumentasjonen](#) i ein tekst og vurdera argumenta kritisk. Målet er at eleven skal bli ein meir medviten lesar og dyktigare til å skriva argumenterende tekstar. I arbeidet med argumentasjonsanalysen får ein bruk for kunnskap om [retorikk](#), [språkfunksjonar](#), [argumenttypar](#) og [verkemiddel](#).

Ulike typar argumenterende tekstar

Det finst mange typar argumenterende tekstar, nokre er reine [verbaltekstar](#), andre er [samansette](#) (multimodale). I avisene møter ein [lesarbrev](#), [kommentarar](#), [leiarar](#) og [kronikkar](#), som alle høyrer inn under [artikkelsjangeren](#). Men også friare og mindre sakprega sjangrar som [petitar](#), [kåseri](#) og [essay](#) kan reknast til argumenterende tekstar. [Reklameannonsar](#), [reklamefilm](#)ar og [propagandafilmar](#) høyrer inn under samansette argumenterende tekstar. Talar og debattinnlegg høyrer til argumenterende munnlege tekstar.

Oppbygging av ein analyse

Det finst fleire måtar å byggja opp ein argumentasjonsanalyse på. I alle tilfelle bør ein vera på jakt etter særpreget ved teksten og leggja hovudvekta på det. Dei fleste lærebøker har med følgjande moment:

- *Presentera teksten.* Kva slag tekst er det? Kven står bak han? Kven har produsert han? Kvar og korleis er han offentleggjort? Kven rettar han seg til? Kva ønskjer han å oppnå? Kva er [blikkfang](#) eller [interessevekkjar](#)? Kva er elles hovudelementa i teksten? Viser teksten til noko utanfor teksten som kan vera viktig å ha med for å forstå han?

- *Formulera **tema** og **hovudsyn** i teksten med eigne ord og på ein kortfatta måte.*
- *Syna korleis komposisjonen byggjer opp om hovudsynet. Kva hovuddelar kan ein dela teksten i og korleis er forholdet mellom dei? Er det brukt **gjentakingar** for å understreka bestemte argument, eller slåande **kontrastar**? Er teksten logisk oppbygd, eller er han prega av **digresjonar** og friare oppbygging? Korleis verkar dette? Dersom det er bilete i teksten, korleis er forholdet mellom tekst og bilete?*
- *Syna korleis teksten byggjer opp sendaren sitt truverde. Syner skribenten/produsenten grundig kunnskap om emnet? Har han spesielle erfaringar som aukar truverdet hans? Er språkføringa, rettskrivinga og utforminga tillitvekkjande? Syner han til andre autoritetar på området?*
- *Syna korleis teksten argumenterer ut frå sak: fakta, logikk og fornuft. Dokumenterer eller sannsynleggjer teksten påstandane? **Generaliserer** teksten ut frå einskilde erfaringar? Brukar teksten **analogiar**, samanlikning med liknande saker?*
- *Syna korleis teksten argumenterer ved å appellera til kjensler. Inneheld teksten mykje **pluss-** eller **minusord**? Brukar han slåande **metaforar** og **samanlikningar**? Morsomme **ordspel**? Brukar han **humor** eller **sjølvironi**? **Satire** og latterleggjering av motstandarar? Konkrete døme som vekkjer kjensler? Vender han seg til publikum på ein personleg måte?*
- *Samla karakteristikk av teksten. Kva er hovudstrategien eller hovudgrepet i argumentasjonen? Er det mest *etos*-, *logos*- eller *patos*-argument?*
- *Kritisk vurdering av argumentasjonen. Er argumenta **relevante**? Er dei **haldbare**? Er her urimelege **overdrivingar**? Blir mannen teken i staden for ballen? Blir det spelt på kjensler på ein uforsvarleg måte? Er viktige motargument og fakta utelatne?*
- *Eige syn med grunngjeving. Ei analyseoppgåve kan også be om at eleven skal gi uttrykk for sitt eige syn på temaet eller visse sider ved det.*
Viktige omgrep i analysen [[endre](#)]

Dei tre appellformene i retorikken

- ***Etos** er sendaren og teksten sitt truverde. Sendaren kan t.d. syna til at han har mykje kunnskap om emnet, eller «låna autoritet» ved å syna til andre som har det.*
- ***Logos** er argumentasjon ut frå sak, fakta, logikk og fornuft.*
- ***Patos** er å påverka mottakarane kjenslemessig.*

Ein tekst vil alltid innehalda noko av alle tre appellformene eller argumentasjonsmåtarne, men ofte vil ein av dei dominera og gje teksten eit særpreg. Ein reklameannonse er t.d. ofte prega av mykje patos ved bruk av kraftige fargar, store bilete og fengjande slagord og ordspel.

To typar argumentasjon

- *Direkte argumentasjon* er argumentasjon ut frå sak og fornuft, altå det same som logos-argument.
- *Indirekte argumentasjon* er dei verkemidla i teksten som påverkar på andre måtar, altå om lag det same som patos-argument.

Språklege verkemiddel

- *Plussord* er positivt ladde ord. *Minusord* er negativt ladde ord. Når det blir mykje av slike i teksten, kan det verka sterkt kjenslemessig (patos). For mykje kan minka truverdet (etos).
- *Metaforar* kan vera effektive patos-argument. Når t.d. tradisjonell munnleg eksamen blir kalla "nakkeskotsmetoden", gjer det inntrykk.
- *Ordspel* er ofte fengjande og humoristiske.
- *Humor* og *mild ironi* skaper kontakt og gode kjensler.
- *Bitande ironi* kan vera med å stempla ein motstandar eller eit argument.
- *Personlege ord* som «du» og «kjære venn» skaper kontakt og positive kjensler.

Vurdera argumentasjonen kritisk

- Er det ballen eller mannen som blir teken?
- Er argumenta *relevante*? Har dei med saka å gjera?
- Er argumenta *haldbare*? Stemmer dei med dei faktiske forholda, og kan dei underbyggjast?
- Er argumentutvalet ein-sidedig? Er det viktige moment i saka som ikkje blir drøfta?

Bakgrunnsstoff [[endre](#)]

- Hans Petter Løvold og Magne Eide Møster, 1988: *Analyseboka - Sakprosa - Skjønnlitteratur*, Norsk Undervisningsforlag. [ISBN 82-7376-004-9](#)
- Eiliv Vinje, 1993: *Tekst og tolking - Innføring i litterær analyse*, ad Notam Gyldendal [ISBN 82-417-0209-4](#).