

DIGITAL SKRIVEKVELD

Om å drøfte

Camilla Buzzi

Onsdag 20.april 2022

Institutt for velferd, ledelse og organisasjon

Epost: camilla.buzzi@hiof.no

Vi starter med et eksempel.....

Der vennene dine ikke vet hva du heter

Av Aksel Kielland, Anmelder og kommentator, Morgenbladet, 9.-15.april 2021

<p>Podkasten kjennetegnes av sin uformelle tone, sin intime relasjon til lytterne og sin rolle som et alternativ til de tradisjonelle mediene. <i>Hva skjer når denne typen relasjoner innlemmes i den kommersielle mediebransjen?</i></p>	<p>Spørsmål -fungerer tilsvarende en problemstilling.</p>
<p>Tidligere i år sendte en venn av meg hundre dollar til en amerikansk mann han hverken kjenner eller noensinne har møtt. Årsaken var at amerikaneren pleide å lede en podkast min venn likte godt, og at han etter å ha forlatt podkasten for halvannet år siden sporadisk har klaget sin nød over penge- og helseproblemer i sosiale medier. Gaven ble sendt i anledning ekspodkasterens bursdag. Han takket høflig, og med det opphørte kommunikasjonen.</p>	<p>Et eksempel/ situasjonsbeskrivelse/erfaring som gjør at vi forstår hva fenomenet dreier seg om – skrivegrep som gjør problemstillingen konkret.</p>
<p>For noen lesere vil denne interaksjonen fortone seg som bisarr. Andre vil nikke gjenkennende til impulsen, om ikke også handlingen.</p>	<p>Her setter forfatteren eksemplet i en sammenheng – markerer en overgang til en presentasjon av den teori/begrep som skal brukes til drøftingen i artikkelen.</p>
<p>Denne impulsen er et produkt av et fenomen som siden 1950-tallet er blitt kalt parasosial tilknytning. En parasosial relasjon defineres av en ensidig opplevelse av intim og fortrolig kontakt med et annet menneske: Den ene parten har (bevisst eller ubevisst) en oppfatning av å kjenne den andre, mens den andre på sin side ofte ikke vet at førstnevnte eksisterer.</p>	<p>Presentasjon av teori/begrep med definisjon – en mer utfyllende redegjørelse kommer senere i teksten.</p>
<p>Podkastens unike evne til å produsere parasosiale bånd mellom medieprodusenter og mediekonsumenter er en av dens definerende egenskaper (PÅSTAND). De viktigste årsakene til at podkaster treffer sitt publikum på denne måten er:</p>	<p>Første argument om podcast i lys av det teoretisk begrepet:</p>

Totalt er det 5 begrunnelser/støtteargumenter for påstanden (i en akademisk tekst ville kilder være å forvente).

1. Podkaster snakker til deg som en venn

Henvendelsesformen som i dag definerer podkastmediet, ble til i en periode da det ikke fantes noen etablerte forretningsmodeller for å nå et stort publikum. Dette innebar at podkastere ikke henvendte seg til offentligheten som sådan, men til et større eller mindre nisjepublikum, og dette ga opphav til en tone som lå et sted mellom radio og private samtaler. Denne tonen er forblitt definerende for podkastmediet også etter at feltet er blitt kommersialisert og innlemmet i den etablerte mediebransjen.

Langt fra alle podkaster tiltaler publikum på denne måten, men på grunn av ulike faktorer (språk, tone, spilletid, tematikk, amatørisme, publikumstall, distribusjonsform, mangel på institusjonell tilknytning, og så videre) oppfattes podkasten generelt å være mindre formell, distansert og offentlig enn andre former for kringkasting.

2. Podkaster inntas hovedsakelig alene, hovedsakelig via hodetelefoner eller ørepropper

Dette innebærer at stemmene som snakker, kommer tettere innpå deg enn resten av verden, og at de vinner innpass i intime stunder og situasjoner (i sengen, på toalettet, på vei hjem fra fest). Podkasten ligner på radio, men spiller en rolle i lytternes liv som minner mer om den som popmusikk tradisjonelt har fylt.

3. Podkaster fremstår som langt mer obskure enn de er

En av mine favorittpodkaster har i skrivende stund 15 betalende lyttere på folkefinansieringstjenesten Patreon. I slike tilfeller er opplevelsen av at podkasterne snakker spesifikt til en selv snarere enn et generelt publikum, reell. Det besynderlige er at denne opplevelsen av å være en del av en eksklusiv krets av innvidde også er utbredt blant lyttere av podkaster med millioner av abonnenter verden over.

Dette er langt på vei podkastappenes feil. Podkastlyttere er spredt på et utall forskjellige apper og nettsider, hvilket innebærer at eventuelle lyttertall per definisjon er ufullstendige og upresise. Podkastapper har tradisjonelt heller ikke hatt noen sosial komponent som gjør andre brukeres lytting til en sentral del av opplevelsen. I tillegg er det å finne frem i podkastjungelen en såpass kronglete prosess at det å oppdage en ny podkast oppleves som en bragd man ikke kan forvente at ens medmennesker er i stand til å gjenta. Dette bidrar til opplevelsen av personlig «eierskap» til podkaster som minner om måten en forholdt seg til popmusikk før all musikk ble tilgjengelig på strømmetjenester, og anbefalinger ble outsourcet til algoritmer.

<p>Begrepet parasosial ble skapt av sosiologen Richard Wohl og antropologen Donald Horton i 1956 for å beskrive relasjonen mellom publikum og mennesker de opplevde gjennom radio, film og tv. Massemediene brakte en ny form for intimitet inn i publikums hjem, og dette ga opphav til en ny form for tilknytning til kjente personer. Etter hvert som publikum konsumerte stadig større mengder medieinnhold, gjennomskuet de imidlertid denne intimiteten. I dag betrakter vi talkshowopptredener à la de som fikk 50-tallets amerikanske tv-publikum til å føle at de kjente intervjuobjektene, som gjennomregisserte performanser fra begynnelse til slutt. Men når nye medier oppstår, gjentar den samme syklusen seg: I begynnelsen opplever publikum en følelse av genuin intimitet, men etter hvert drar de kjensel på repeterende mønstre og blir bevisst de underliggende formgrepene, og til slutt ender de opp med å utvikle instinktive forsvarsmekanismer mot mediets strategier.</p>	<p>Mer om teorien/begrepet – mer omfattende og annet aspekt av teorien:</p>
<p>Podkaster befinner seg nå et sted mellom første og andre ledd i denne prosessen, altså i en overgangsfase som ligner den Instagram og blogging befant seg i for henholdsvis ett og to tiår siden. I likhet med blogging og Instagram i deres tidlige fase oppfattes podkaster som et utpreget ukunstlet og direkte medium. I bloggernes og Instagrams tilfelle lå appellen i åpenhjertige og ufiltrerte innblikk i menneskers liv, i podkastens tilfelle i åpenhjertig og ufiltrert prat. I alle tre tilfellene er det de intime og transparente kvalitetene som gjør medieuttrykkene attraktive for både publikum og bransje. Dette innebærer at det er de samme kvalitetene som gjør at podkaster oppleves som mindre av et kommersielt produkt enn andre typer kringkasting som nå blir gjenstand for kommersialisering. På samme måte som blogging og Instagram er blitt verktøy for reklamebransjen – og positurene og fortellingene som tidligere fremsto som genuine og personlige nå er umiddelbart gjenkjennelige som kommersielle strategier – er podkastens særtrekk i ferd med å bli standardisert og formalisert av mediebransjen.</p>	<p>Argument#2 om podkaster i lys av teori/begrep (Også her ville det vært ventet med kilder i en akademisk tekst).</p>

<p>Vi forventer og tolererer ting fra en podkast som vi ikke gjør fra en avis eller et tv-program.</p> <p>Denne prosessen forandrer både podkastfeltet og medieoffentligheten. De mest populære podkastene blir mer polerte, mer like radio og tv, og det som en gang opplevdes spontant, nyskapende og som en forfriskende motvekt mot de tradisjonelle mediene, blir forvandlet til en sjanger og et format i mediebransjens arsenal. Samtidig utfordrer podkastens glidende overganger mellom offentlig og privat – profesjonalitet og amatørisme – etablerte normer for kringkasting og offentlige uttalelser. Vi forventer og tolererer ting fra en podkast som vi ikke gjør fra en avis eller et tv-program.</p>	<p>Forfatteren oppdager et nytt problem -jfr. ny innsikt i en tematikk.</p>
<p>Det klassiske norske eksemplet på dette er de regelmessige debattene om hvorvidt podkastverter som Sigrid Bonde Tusvik og Lisa Tønne skal måtte underkaste seg Vær varsom-plakaten. Og det er nettopp dette som er tema for neste ukes tekst.</p>	<p>Her: Eksempel + i praksis en avgrensning av teksten (mer følger i neste tekst).</p>
<p>Jeg tror det er lurt at vi allerede her gir et signal om at dette er et gammelt og velkjent fenomen, og begrep, og ikke noe nytt og rart som er funnet på nå.</p>	<p>Forfatterens eget perspektiv – og en konklusjon som følger av argumentasjonen; den var ikke gitt på forhånd.</p>
<p>PODKAST PÅ NORSKE PREMISSE</p> <p><i>Podkaster har vokst voldsomt i popularitet de senere årene, og er et medium mange satser på. Likevel eksisterer knapt noe begrepsapparat for vurdering og diskusjon av podkaster.</i></p> <p><i>I en serie tekster vil kritiker og skribent Aksel Kielland ta for seg det norske podkastfeltet. Serien vil blant annet se på podkastens gjennomslagskraft og økonomi, ulike podkasters form og innhold, og søke å utvikle et rammeverk for podkastkritikk på norsk.</i></p>	

NB! Sjanger – avisartikkel, ikke akademisk tekst – så mangler elementer vi forventer i en akademisk tekst (for eks. kildehenvisninger). Men er bygget etter mange av de samme prinsippene vi ellers gjennomgår.

Drøfting - retorikk – argumentasjon:

I Antikken: Retorikk – formidle sin sak og argumentere for den på en hensiktsmessig måte som overbeviser mottakeren. (Mer enn logisk argumentasjon)

Arbeidsfasene i klassisk retorikk:

-Utforsking av emne

-Ordning av stoffet

-Innledning

-Saksfremstilling

-Argumentasjonen

-Oppsummering

-Fremstilling/stil

-Hensiktsmessighet

-Korrekthet

-> Lede tilhører/leseren gjennom et resonnement på en kyndig måte.

Bevismidlene i klassisk retorikk:

De ikke-retoriske bevisene (fakta) og de retoriske bevisene:

-Etos: Talerens autoritet og troverdighet – evnen til å overbevise

-Patos – Entusiasme og engasjement - påvirke tilhørerens følelser

-Logos – Saklig overbevisning – budskapets logikk -> **Det siste som er idealet for akademiske tekster.**

Akademiske tekster: Man er med i en diskusjon/samtale – komme med et innlegg/et bidrag, en stemme som også blir hørt. Tanker man deler med en leser; få frem ny eller mer nyansert innsikt om et tema.

Å drøfte – en helt vesentlig del av oppgaven:

En kjerne i oppgaven – blant mest omfattende delen av arbeidet:

- En egen del i oppgaven: IMRoD-struktur på mange oppgaver
- Innledning – Metode – Resultat – og- Diskusjon/Drøfting (naturvitenskap/helsefag; samfunnsfag – ofte teorikapittel i tillegg: ITMRoD).
- Viser at man klarer å behandle stoffet man har og sette ting i sammenheng (teori, empiri fra datainnsamling, litteratur osv.) – tar utgangspunkt i problemstillingen (innledningen)
- Men ikke bare det: **VIKTIG- skjer i flere deler av oppgaven.**
- Gjennomgående i oppgaven som holdning til det å skrive og ta valg i utviklingen av besvarelsen: vurdere, analysere, avgrense – selv om dette ikke blir etterspurt spesielt.
- (Drøfting: Knytter sammen: Retorikk & argument/argumentasjon/argumentasjonslære- kritisk tenkning & fortolkningslære/vitenskapsteori)

Hva er drøfting:

- **Drøfting:** Å se en sak fra flere sider, veie forskjellige synspunkter, argumentere for at noe er mer holdbart enn noe annet – tar utgangspunkt i problemstillingen; skal munne ut i en konklusjon (men kommer ikke alltid frem til et entydig svar.)
- Ofte oppfattet som vanskelig – men: Handler om å vurdere og diskutere det man har funnet (uansett hva slags materiale man har).
- Når vi drøfter: Vårt syn er ikke definert på forhånd, men bygges av argumentene > vi drøfter/diskuter oss frem til et svar.
- Ikke ensidig eller et forsvar for et synspunkt vi allerede har – vise at vi kan se en sak fra flere vinkler – det bør komme til noen nye poenger under arbeidet som dere ikke hadde tenkt på – *ellers bør det ringe noen varselamper!*
- Komme med en meningsytring, uten at man skriver privat > Bygge opp drøftingen slik at man kan heve seg over egne oppfatninger – drøfte på en saklig måte. *Akademisk språkdrakt.*
- Vår stemme er likevel med i det vi skriver – men på andre måter! Eks: I bevissthet om forforståelsen man har, i valgene vi gjør, i metakommunikasjonen om hva vi gjør til enhver tid og hvorfor i teksten. *Forståelse for fortolkning og refleksivitet*

Hvordan drøfte: Fremgangsmåte/kjennetegn

En god argumenterende tekst består av:

Påstand – eventuelle forutsetninger – begrunnelse/støtte + innsigelse/motargument(er) – gjendrivelse av disse -> evt. kvalifisering av påstanden

Mikrostruktur som er gyldig for alle avsnitt i en drøftende tekst

Argument: Noe som underbygger (støtter) en påstand: Påstand + begrunnelse/belegg – støtten finnes i faglige referanser, eksempler eller funn fra egen forskning (litteratur, teori, kilder m- intervjuer, spørreundersøkelse, historiske kilder, registerdata osv.)

Å argumentere: Å klargjøre hva du hevder og hva du bygger påstanden på; bruk av argumenter for å støtte eller svekke en påstand

Typisk: Å sammenligne, vurdere ulike tilnærminger til et fenomen opp mot hverandre eller opp mot en eller flere teorier.

Drøfting: Å bygge opp en argumentasjon

Hjelper også med en god fremstillingsform og et godt språk samt en god struktur på teksten

Å bygge en ryddig tekst:

Redegjøre – analysere – drøfte: Gjerne tett forbundet – først analyse, så sette teorier opp mot empiri/praktiske fenomen eller opp mot hverandre

Eks:

Typisk oppgave: redegjøre– analysere – drøfte – teoretisere (arbeidskrav)

Gjerne på følgende måte: Redegjøre for et teoretisk begrep, sette dette opp mot empirien/praktiske fenomen/annen teori

Redegjøre: Å sammenfatte og presentere et stoff – skal være nøytralt (tenk at forfatteren/intervjuobjektet osv. skal kunne godkjenne det)

Drøfting: Kan sammenligne, problematisere, sette ulike synspunkter/argumenter opp mot hverandre. Se etter spenninger, ulikheter i tekster – kan være vanskelig å finne tydelige motstridende synspunkter – MEN LIKEVEL VIKTIG: finne måter å problematisere på.

Eks: «Brukermedvirkning er bra»

- Er brukermedvirkning alltid bra?
- Hva mener vi egentlig med medvirkning?
- Kan vi virkelig gjennomføre det og hvordan kan vi gjennomføre brukermedvirkning?
(Eks. er tatt fra 'Startpakka' til OsloMet – Hvordan drøfte).

Argumentene for/mot undersøkelsen/tema skal bygge på kilder (data) og teori, ikke på egne følelser og oppfatninger – det argumentene bygger på skal være presentert i oppgaven. Det er ulike måter å gjøre det på.

- Ulike måter å bygge en oppgave på: Redegjøre først (eks: et teorikapittel), deretter drøfte (for eks. i 2 ulike kapitler) – eller drøfte underveis.
- Når man kommer til drøftingen (IMRoD): Kan være greit å ta opp igjen problemstillingen fra innledningen eller henviser til denne – sørge for en rød tråd i teksten
- Viktig å gå systematisk til verks:
- Et tema/poeng av gangen – i avsnitt eller undertitler.
- Struktur på teksten: Vertikalt - Få frem hva som er overordnet og hva som er underordnet i teksten; horisontalt – god sammenheng i argumentasjonen.
- Skille mellom redegjørelse og drøfting innenfor ett tema, for eks. ved å begynne på et nytt avsnitt.
- Organisere temaene: Være kronologisk/etter temaer/i 'for-mot'
- Oppsummere med deltolkninger og delkonklusjoner underveis
- Nøytralt språk
- Tips: Unngå mange retoriske spørsmål – spørsmål skal besvares; 'undringsspørsmål' ≠ Drøfting (retoriske spørsmål)
- Vise kritisk og selvstendig tenkning og forståelse for betydningen av fortolkning.

<p>Noen nyttige språklige vendinger</p> <ul style="list-style-type: none"> - «På den ene siden..., på den andre siden...» - «I motsetning til...» - «Til forskjell fra...» - «Parallelt med...» - «Et annet relevant punkt/moment...» - «Dette kan vi utdype gjennom...» - «Dette kan vi også se fra en annen synsvinkel...» - «Derfor...» - «På grunn av...» - «For å kunne vise...» - «Konklusjonen er...» - «Grunner til...» 	<p>Kilder og referanser</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viktig å skille mellom når man bruker andres perspektiver og når man presenterer egne tanker – vises ved bruk av referanser. • Viser kilder, teori som er valgt for oppgaven og hvor det kommer fra. • En god drøfting: Synliggjøre mer enn én referanse om et tema, selv om referansene sier det samme
--	--

Noen tips til kilder for mer stoff om det å drøfte:

- Nettsiden 'Søk-og-skriv': <https://sokogskriv.no/>
- Podcast om akademisk skriving – episode om drøfting (og andre): <https://www.akademiskskrivning.no/2018/09/27/14-hva-er-drofting/>.
- Johnstad, T. (2022). *Innføring i akademisk skriving: Om essay- og oppgaveskriving*. Oslo: Universitetsforlaget.