

Sproglige virkemidler i Donald J. Trumps announcement speech





SPROGLIGE VIRKEMIDLER I DONALD J. TRUMPS ANNOUNCEMENT SPEECH

Forfattere:

Emil Frøstrup Kjeldsen

Eva Hjem Aanesen

Josefine Staugaard Hern

Karina Koch

Maria Antonie Arndt Lind

Michelle Mei Shu Moqadam

Eksaminator: Susanne Kjærbeck

Censor: Malene Skov Petersen

År: 2018

Sted: Roskilde Universitet,

Den humanistiske
Bacheloruddannelse, 2. semester

Tegn: 172.278

Abstract

This paper focuses on the presidential announcement speech by Donald J. Trump, with the purpose to examining how rhetorical and linguistic tools are used in the speech to his advantage. Furthermore, the paper will discuss why the speech can be considered a successful speech with a primary focus on the relationship between Trump and the recipients of the speech. In the process there will be an account of Aristotle's forms of appeal and his theory on defining rhetorical genres. In addition, a theory of framing by Robert Entman, a positioning theory and various theoretical aspects of argumentation. These theories will be used in a thorough analysis of the speech, with focus on making an account for the rhetorical tools used. Afterwards, a discussion is made targeting the speech and its recipients, which will include a review of the American culture and at the discursive and societal factors in combination with Pierre Bourdieu's theory of the power of language. Also, this paper argues that there is a general tendency of two matters in the speech. One being the distinction between "us" and "them" and the other being various aspects that all seem to cover the main point; that Trump believes he will be the best president the United States could ever wish for. Lastly, the paper concludes that there is a great use of rhetorical aspects in the speech.

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	1
Problemfelt.....	1
Problemformulering.....	2
Projektdesign	3
Metode.....	4
Materialeafgrænsning.....	9
Teori.....	10
Aristoteles.....	10
Retorik og appelformer	10
De aristoteliske genrer.....	13
Pierre Bourdieu	17
Kapitalformer.....	17
Det sociale rum.....	18
Robert Entmans framingteori.....	22
Frames i kommunikationsprocessen.....	23
Frames i politiske nyheder	24
Positionering	24
Verdensfortolkning.....	28
Positionering og dens dynamikker.....	29
Argumentationsteori.....	34
Logisk gyldighed	35
Fejlslutning	36
Stephen Toulmins argumentationsteori	36
Enthymener og syllogismer.....	38
Analyse af Trumps tale	38
Sprog- og argumentationsanalyse.....	39
Den klassiske disposition.....	39
Gentagelser	45
Konnotationer.....	46
Billedsprog.....	47
Argumentation	48
Appelformanalyse.....	54

Ethos.....	55
Pathos	57
Logos	59
Framinganalyse	60
Positioneringsanalyse	62
Opsamling.....	64
USA's kultur	66
Trumps vælgere	68
Diskussion.....	70
Konklusion.....	74
Metoderefleksion	75

Indledning

I denne opgave vil vi undersøge hvordan magt- og sprogbrug i Donald J. Trumps "announcement speech" til præsidentvalget i 2016, fremgår og hvordan det påvirker modtagerne. Vi synes det er interessant at se på, hvordan magt kan fremstilles gennem sprogbrug, og hvordan man som afsender, kan få tilhængere, ved at anvende et bestemt sprog med bestemte metoder. Vi vil undersøge hvilke metoder der kan anvendes af afsenderen for at opnå modtagernes accept, og hvordan disse forskellige metoder kommer til udtryk i en tale.

Ved at analysere Trumps tale vil der blive undersøgt hvilke sproglige virkemidler han bruger for at påvirke modtagerne. For at få et helhedsindtryk af hvordan samfundet var, og dermed hvordan modtagerne var på det pågældende tidspunkt, kommer vi ind på USA's kultur og hvordan samfundet er opbygget, i forhold til hvordan disse karakteristika kan have påvirket modtagelsen af talen.

På denne måde vil vi besvare vores problemformulering i dimensionerne kultur og historie, tekst og tegn, samt videnskab og filosofi.

Problemfelt

Allerede inden Trump vandt præsidentposten i USA, var han omtalt i diverse medier, både som forretningsmand og for sin medvirken i tv-showet *The Apprentice*. Da han valgte at stille op til præsidentvalget, blev omtalen af Trump, både på nationalt og internationalt plan, endnu større, hvilket var sådan vi fik en større interesse for Trump. En af årsagerne vi kan forestille os, er kommet på baggrund af nogle af de emner han har omtalt i sine taler, hvad enten man er enig eller uenig. Emner som en mur mellem Mexico og USA, at mexicanere er voldtægtsmænd eller at medierne fordrejer statistikkerne om arbejdsløsheden i USA. I denne tale burde Trump overbevise folket om at stemme på ham, men det interessante er at han tager kontroversielle emner op, der ikke nødvendigvis er fordelagtige for ham. I den forbindelse mener vi at det er relevant og interessant at se nærmere på, hvilke sproglige virkemidler han bruger i sin "announcement speech", for at se hvordan han kan have påvirket den amerikanske vælger til at støtte ham.

Det er klart at Trump er blevet en meget omtalt person, og der er derfor også skrevet en del om ham. Vi mener dog, at vi med vores opgave kan belyse, hvordan Trumps sprogbrug påvirker modtagerne ved at anvende de udvalgte teorier. De teorier vi har valgt synes vi komplementerer hinanden og kan i sammenspil, besvare hvorfor det er en vellykket tale. På denne måde kan vi se hvordan han fremstiller sig selv, hvordan han prøver at påvirke modtagerne, hvordan han anvender argumenter, og ud fra det se på hvordan han bruger de sproglige virkemidler til sin fordel. Man kan også se hvordan man som afsender kan tillære sig nogle virkemidler til at blive en bedre taler. Vi kan derudover også se hvordan Trumps vælgere er, hvilke grupper de kan klassificeres under og hvilke værdier de har.

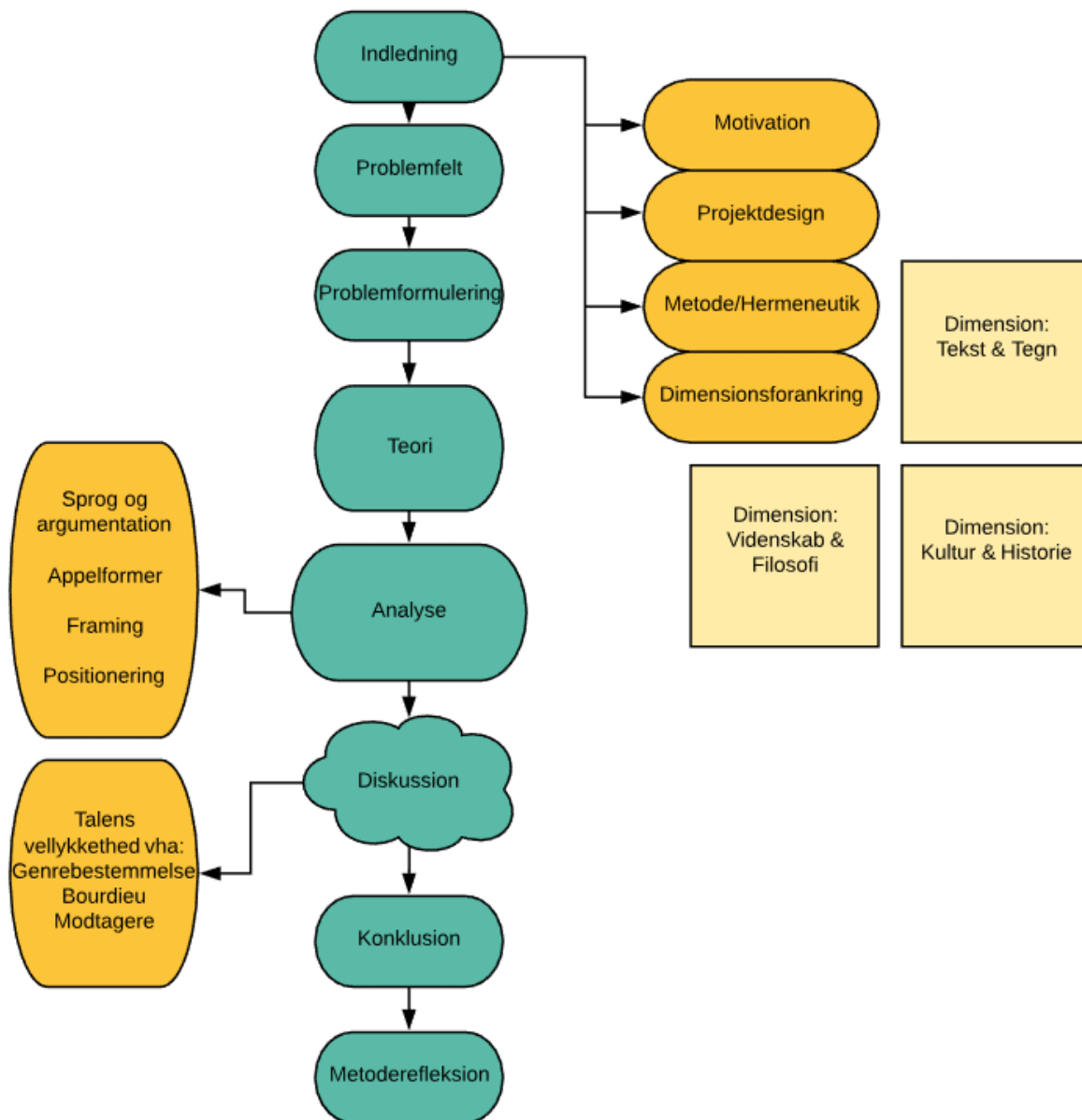
Problemformulering

Hvordan bruger Donald J. Trump retoriske og sproglige virkemidler til sin fordel? I forlængelse heraf, hvorfor talen er vellykket, her med fokus på forhold mellem afsenderen og modtagerne.

For at besvare vores problemformulering har vi taget udgangspunkt i nogle problemstillinger, som vi kunne støtte os op af, for at nå frem til en konklusion:

- Hvordan bruger Trump sin “announcement speech” til at overbevise sine modtagere?
- Hvilket samfund taler Trump til?
- Hvilke virkemidler er mest fremtrædende i talen?

Projektdesign



For at give et umiddelbart overblik, har vi valgt at lave en model for visuelt at præsentere udformningen af opgaven. Inkluderet i modellen er også skrevet de tre dimensioner, som vi ønsker at forankre opgaven i. Her er de dog kun sat på ved siden af feltet med dimensionsforankring. Mere uddybet kan man sige at tekst og tegn som udgangspunkt kommer til syne i vores analysedel af opgaven, og er noget vi har det primære fokus på, da problemformuleringen netop fokuserer på at finde sproglige og retoriske virkemidler. Dimensionen kultur og historie kommer derimod mere til syne i den diskuterende del af vores opgave, i inddragelsen af karakteristika om USA's kultur og i Bourdieus teori om det sociale

rum. Modsat de to andre dimensioner bliver videnskab og filosofi ikke brugt som en direkte del i vores analyse, men mere overordnet set kommer dimensionen specielt til syne i vores metodeovervejelse og hermeneutiske tilgang til både opgaven og talen. Udover dette er videnskab og filosofi også repræsenteret i vores korte gennemgange af nogle af teoriernes fagtraditionelle og videnskabsteoretiske opkomst og udvikling. Dimensionen videnskab og filosofi er primært valgt i forhold til at dette projekt har fokus på netop metode.

Metode

Herunder vil vi gennemgå vores metodiske overvejelser til projektet.

Valg af Trumps tale

Vi har udvalgt den tale Trump holdt i Trump Tower, da han offentliggjorde at han ville stille op til præsidentvalget i USA i 2016. I det talen er afholdt i forbindelse med valget, mener vi at det er her, Trump for alvor får offentlig politisk taletid. I den forbindelse skulle Trump overbevise sine potentielle vælgere til at stemme på ham, hvorfor vi synes at talen er relevant og interessant at se på. Det der også er interessant i denne tale, er at han taler om nogle emner der kan fremstå kontroversielle, men som samtidig skal give ham vælgere. Dette synes vi giver talen et tvist, i og med at man kunne regne med, at man vil gå let hen over kontroversielle emner, når man skal overbevise folket om at vælge en. Trumps præsidentskab er desuden meget omtalt globalt i dag, så vi finder det interessant at kigge på en af de taler der har ført ham til hvor han er nu.

Hermeneutik

Vi har valgt at udnytte vores viden indenfor hermeneutik til vores fordel. Vi har eksempelvis været meget klare med vores hypoteser, og også testet nogle af dem i form af konkrete arbejdsspørgsmål, som vi analytisk har gennemgået. Vi vil argumentere for, at fordomme og forforståelse for Trump som person, samt hans tale, har spillet en vigtig rolle, når man skal forsøge at fremvise analytisk forståelse af dem. I den forbindelse er vi også bevidste om vores fordomme og forsøger at forholde os kritiske overfor dem, ved også at være åbne overfor muligheden for at vi finder frem til noget andet i analysen, end hvad vi tænkte fra start. Derudover er det en glimrende inspiration til at finde spændende kernepunkter i empirien.

Hertil har vi haft den hermeneutiske cirkel som grundlag til vores metode i projektet. Vi springer meget i den analytiske cirkelbevægelse, som er pendulet i den hermeneutiske cirkel, i og med, at vi undersøger den vekselvirkning der forekommer mellem del- og helhedsforståelsen af vores empiri. Det er også i kraft af, at vi ikke regner med at finde en konkret forklaring, men nærmere prøver at skabe en forståelse af talen, dens omstændigheder og effekter. Forudsat at man arbejder ud fra et relevant problemfelt, så vil vi dermed argumentere for, at det har været en rigtig god opskrift for at skabe en sammenhængende forståelse inden for den empiriske baggrund projektet har.

Vi gennemgår en beskrivende analyse, en mere fortolkende analyse og en diskussion. Disse er alle tre repræsentanter for springet vi laver mellem del- og helhedsforståelsen af teksten. Ved at identificere og beskrive interessante fænomener i talen, kan gå vi i dybden med det vi finder relevant for problemformuleringen, og dermed diskutere vores fortolkninger. Det giver god kronologisk mening, i forhold til at skabe en rød tråd gennem en hermeneutisk tilgængelig opgave, da vi forsøger at skabe forståelse og ikke forklaring.

Når vi forsøger at skabe forståelse ud fra en teksts sag, så er vi klart indlejret i hermeneutikken som videnskabsteori. Når det er sagt, så er det ikke fordi hermeneutikken i sig selv forekommer på et konkret, analytisk niveau. Det er nærmere, som nævnt, baggrunden for vores metodiske tilgang til opgaven. Hermeneutikken er også med til at lade os studere og forstå de faglige traditioner og historier der er inden for vores teorier, og dermed forstå deres samspil og funktioner i en relevant kontekst. Hermeneutikkens to primære formål er altså at skabe et solidt fundament for vores metodefokuserede projekt, men også at være med til at forankre os i den videnskabelige og filosofiske dimension.

Ciceros retoriske pentagram

Det er også interessant at påpege, at den røde tråd i en opgave som denne, næsten er en selvfølge, når man kombinerer den hermeneutiske tilgang med det retoriske pentagram.

Ciceros retoriske pentagram kommer fra politikeren og retorikeren, Marcus Tullius Cicero, der skabte modellen med formålet at analysere de forskellige aspekter der indgår i en kommunikationsproces (Petersen, 2016).

Modellen er sat op som et pentagram, hvor der er seks forskellige emner. Som man kan se i bilag 2, er fem af emnerne sat for sig, med formål i midten som et fokus for de forskellige emner. Kort sagt har pentagrammet med de forskellige dele til formål at finde ud af: *“Hvem siger hvad hvordan til hvem under hvilke omstændigheder med hvilket formål?”* (Lassen & Nielsen, 2017). I den forbindelse finder vi modellen relevant at bruge som et udgangspunkt for vores metodiske tilgang til vores analyse af Trumps tale, da det netop er denne førnævnte kommunikation (hvordan-delen af spørgsmålet) vi interesserer os for i analysen, mens modtager (hvem) og formål bliver relevant under diskussionen, for at hjælpe med at konkludere hvorvidt talen er vellykket eller ej.

De forskellige dele af pentagrammet hjælper os altså med at få analyseret talen. Selvom vi vil gøre brug af modellen, har vi dog besluttet os for at den kun skal bruges som en metodisk hjælp til analysearbejdet, samt til valg af teoretiske analysetilgange, og dermed er det ikke en model der bliver brugt og redegjort nærmere for i den færdige opgave. Som nævnt tidligere, mener vi at Ciceros retoriske pentagram er relevant at kombinere med den hermeneutiske tilgang, da det kan give en rød tråd metodisk set. I sammenhæng kan pentagrammet ses som relateret til den hermeneutiske cirkel, da begge handler om sammenhængen mellem de forskellige dele og helheden, som også ses ved at de forskellige dele af pentagrammet hænger sammen i selve modellen (Bilag 2).

Da vi vælger at bruge pentagrammet som en metodisk tilgang til valg af de forskellige analyser, samt som en måde for os at holde et overblik i opgaven og inspirere, er der dele af modellen, som vi har haft større fokus på end andre. Her har specielt sprogområdet af modellen fyldt meget i den videre proces med valg af analyseteorier, da vi gennem analysen har et tekstnært fokus. Delen med taleren fylder derimod ikke nær så meget, for selvom vi kommer til at inkludere information om Trump, er hovedpointen i vores projekt at se på hvordan og hvorfor taleren siger som han gør og ikke om hvem han er personligt. På den måde foretager vi nogle til- og fravalg i forhold til pentagrammet, hvor vi beslutter os for vores fokus i analysen, da vi netop bruger modellen som en inspiration og tilgang til talen, og ikke som en analysemodel der skal gennearbejdes kronologisk.

Aristoteles

Aristoteles står bag den klassiske teori om appelformerne, og den er stadigvæk en af de dominerende teorier når det kommer til filosofisk retorik (Killingsworth, 2005: 249). Disse appelformer kan bruges til at skabe en god tekst eller tale, eller til at analysere dette. I vores opgave vil vi bruge appelformerne til at fordybe os i den udvalgte tale og se hvordan de forskellige appelformer benyttes. Ud fra appelformerne kan vi se om taleren er overbevisende og troværdig med sit sprogbrug, samtidig med at vi vil kunne analysere hvordan han prøver at nå ud til talens modtagere. Denne analyse vil derfor kunne fremhæve aspekter i talen som vi ellers ikke kunne finde uden denne fremgangsmåde.

Selvom vi synes at Aristoteles' teori om appelformerne er relevant, er vi også opmærksomme på, at den kan være mangelfuld i forhold til at få alle retoriske aspekter med. Dette er en af grundene til, at vi også har valgt at kombinere vores analyse af appelformer med en mere dybdegående analyse af andre sproglige virkemidler. Disse forskellige aspekter af analysen, går som udgangspunkt ind og dækker forskellige dele af det førnævnte retoriske pentagram.

Argumentationsteori

Argumentationsteorier belyser påstande, og tester dem efter normative rammer inden for argumentation. Med det formål har vi valgt at inddrage forskellige teoretikere inden for argumentation, da vi har en formodning om at én enkelt analyse ikke ville være særlig brugbar. Vi vil nærmere finde ud af om Trumps påstande opfylder kravene for nogle af de forskellige teoriers rammer, og hvilket samspil, eller uenigheder, der er imellem de forskellige teoriers forhold til lige netop Trumps påstande.

Pierre Bourdieu

Da vi gerne vil undersøge hvilke sproglige virkemidler Trump bruger til sin fordel, er det også vigtigt for os at kigge på hvor stor en rolle sproget kan spille. Pierre Bourdieu er en fransk sociolog, der fandt det relevant at kigge på de sociale klassers kampe om magt, og hvordan denne magt kunne opnås ved hjælp af kapitaler, og i den forbindelse også sproget som magt.

I sin teori om sprog kommer der en masse begreber i spil, som vi så vidt som muligt vil prøve at forklare. Bourdieu vil ikke blive brugt under selve analysen, men gennem diskussionen for at se på hvilken rolle sproget kan have spillet i talen og modtagelsen af talen.

Positionering

I kraft af vores valg af det retoriske pentagram som metodeværktøj, vil vi argumentere for at positionering har en klar rolle at spille, specielt i forholdet mellem modtager og afsender. Det er en meget dynamisk og interaktiv analyse at lave, og den har et godt sammenspil med de andre sproglige analyser vi har udvalgt da de beskriver forskellige aspekter af de samme ting. I henhold til vores hermeneutiske tilgang, giver dette rigtig god mening, i og med at vi laver en analytisk cirkelbevægelse gennem vores empiri og teori. Den hermeneutiske cirkel er altså dybt inkorporeret i vores metode, og klart fremtrædende gennem hele opgaven. Positioneringsteorien er desuden med til at forankre os i den kulturelle og historiske dimension, da den kræver en diskursiv indsigt i både modtagerne, tiden og omstændighederne. Sammen med framing og vores kulturafsnit, er disse stærke repræsentanter for dimensionen, i og med at de fremkommer på både redegørende, analyserende og diskuterende niveau.

Framing

Vi vil argumentere for, at framing har en klar relevans i vores opgave, da Trump udfordrer eksisterende frames i sin tale. I kraft af dette, bliver teorier der handler om magt gennem sprog altså tæt relateret, og derfor har vi valgt at bruge dette i forlængelse af Bourdieus tanker om sprogets magt. Vi vil give en redegørelse for teorien, samt dens mere praktiske anvendelsespotentialer, og senere gennemføre en kort framinganalyse af udvalgte dele fra Trumps tale. Framing er, ligesom positionering, en meget dynamisk sproglig analyse, men også nært forbundet med både kultur, samfund og historie. En overvejelse vi har gjort os, er at man på trods af en meget tekstlig empiri, ikke kan nøjes med sproganalyser, for at få en mere meningsfyldt sandhedsforståelse. Helhedsforståelsen for en tale er lige så meget bundet i diskurs og sociale forhold som sproget er. Det er et af punkterne vi vil undersøge, da vi har haft flere hypoteser omkring den sproglige kvalitet af talen kontra dens dokumenterede effekt.

Materialeafgrænsning

I begyndelsen af vores materialeindsamling var det vigtigt for os at få afgrænset vores empiri, så det ikke gik hen og blev en for stor og rodet opgave. Derfor har vi skulle se på en del teorier og metoder, for at finde det materiale der har været mest relevant at indbringe i opgaven. I dette afsnit vil der derfor blive gennemgået vores valg og fravalg, og begrundelserne dertil.

Oprindeligt set var vores udgangspunkt med opgaven at lave en komparativ analyse mellem to store taler af henholdsvis Trump og Adolf Hitler. Dog kunne dette gå hen og blive en alt for stor opgave, med en analyse der kun ville fremstå som overfladisk. Vi besluttede os derfor for at tage udgangspunkt i kun én tale, så vi kunne lave en bedre og mere dybdegående analyse, hvilket betød at vi fravalgte en anden tale, som var Hitlers Reichstag tale. Vi fandt det mere interessant at lave en opgave om Trump, da han er meget aktuel i dag.

Til teori- og metodedelen i opgaven, har der været en del valg at tage. Vores største opgave var, da vi skulle overveje hvilke aspekter af talen vi fandt mest relevante at tage fat på. Derfor har vi måtte foretage fravalg på det punkt. Til at starte med havde vi et fokus på magt, men ændrede det til et fokus på sprogets magt, da vi gerne ville kigge på de sproglige virkemidler i opgaven. Det krævede at vi skulle have styr på hvilke teorier og metoder, der er nødvendige for at besvare den retoriske del af analysen. Hertil valgte vi at anvende Aristoteles' appellformer, da de er tydelige sproglige virkemidler i talen. Udover at have et retorisk fokus på talen, havde vi også en forestilling om at analysere selve den fysiske udførelse af talen. Formålet med dette havde været at kigge på hvorvidt Trumps fysiske udførelse havde haft en effekt på publikum, og på hvordan talen efterfølgende blev modtaget. Det gik dog op for os, at opgaven igen ville blive for omfattende, og derfor fravalgte vi en sproglig kommunikativ analyse.

Gennem vores projektforsøg har vi haft et stort fokus på, hvorvidt den røde tråd har været til stede, og om opgaven gav mening for læseren. Derfor har vi valgt teorier, som vi mener, har relation til hinanden, og som kan komplementere hinanden i vores overordnede analyse af talen.

Teori

Som nævnt tidligere, vil vi bruge nogle forskellige teorier til vores analyse, hvorfor det følgende afsnit er en redegørelse for de forskellige teorier, der senere vil blive anvendt. Dette er gjort med tanke på at få et bedre overblik over opgaven.

Aristoteles

Aristoteles begik sig bl.a. i retorik, hvor han ud fra sine overvejelser, i forhold til retorikkens problematikker, skrev tre bøger om retorik (Hastrup, 1983: 9). Retorikken blev kritiseret og erstattet med dialektikken, fordi der blev tvivlet på sandheden i retorikken. Men omkring 330 f.Kr. introducerede Aristoteles igen retorikken, hvor man i stedet for at fokusere på sandheden, fokuserer på det sandsynlige. Herefter bliver selve argumentationen vigtig i retorikken (Shaw, 2011: 49).

Retorik og appelformer

Ifølge Aristoteles var der tre forskellige analysetraditioner: logikken, retorikken og dialektikken (Nielsen, 2016: 15). Kort sagt går logikken ud på at finde et arguments sandfærdighed, altså hvorvidt et argument opfylder reglerne for formel gyldighed, uden at tage konteksten i betragtning. Retorikken går ud på at finde frem til de overbevisende elementer som en tekst mulig indeholder, uden at bruge de samme absolutte regler som logikken, men er hellere fokuseret på konteksten. Formålet med retorik er at føre sandheden til dens ret. Man kan definere noget af Aristoteles' retorik til læren om at genkende de overbevisende elementer i formidlinger (Hastrup, 1983: 33).

Dialektikken kan beskrives som en mellemting mellem de førnævnte analysetraditioner ved at det er betinget af nogle absolutte regler, som logikken også har, og stadig er kontekstafhængig, som retorikken er (Nielsen, 2016: 101-103). Altså fokuserer logikken på sandheden gennem videnskabelige beviser, mens dialektik og retorik tager afstand fra logik, da de hører til argumentationen “[...] hvor sikker viden er uopnåelig (argumentatio)” (Shaw, 2011: 52).

”De bevismidler, taleren selv tilvejebringer ved sin tale, fordeler sig på tre typer. Den første

baseres på talerens karakter og hele væsen, den anden på at tilhørerne sættes i en bestemt stemning, og den tredje på selve det, der siges, derved at det påviser eller synes at påvise rigtigheden af det, der siges.” (Aristoteles, 1983: 34).

Aristoteles mener, at hvis man vil virke overbevisende, må man beherske netop de tre ting. De tre former for overbevisning er også kendt som appelformerne *ethos*, *pathos* og *logos*. Det vil sige at appelformerne er et eksempel på nogle overbevisende elementer man kan støde på i en tekst (Hastrup, 1983: 23). De tre former for appelformer er med til at underbygge troværdigheden af en bevisførelse, såsom når der holdes taler (Hastrup, 1983: 14-15).

De tre former for talekunst, *ethos*, *pathos* og *logos*, skal justeres efter modtagerne. Det er derfor vigtigt at man fokuserer på tre andre faktorer. Her skal der fokuseres på den der taler, det der tales om, og den der tales til. Ud fra disse tre faktorer kan man afgøre hvilken form for overbevisning der skal bruges (Hastrup, 1983: 42). Appelformerne kan også kaldes for påvirknings- eller overbevisningstyper (Mikkelsen, 2011: 75). De kan bruges til at overbevise modtagerne gennem argumentation og modtagernes følelser. De fremgår alle tre i argumentation, hvor de arbejder sammen og eventuelt overlapper hinanden. Modtagerne har ikke nødvendigvis en bred viden om det der bliver diskuteret eller argumenteret for eller imod, så derfor er det vigtigt for modtagerne at kunne stole på afsenderen, samtidig med at det er vigtigt for afsenderen at udstråle troværdighed (Mikkelsen, 2011: 75).

Ethos

Denne appelform er overtalende og skaber tillid mellem afsender og modtager. *Ethos* handler om at skabe en troværdighed som taler og henvender sig til modtagernes følelse af tillid og sympati. Dette er vigtigt, da vi har lettere ved at stole på en afsender der virker troværdig og anstændig. *Ethos* bygger på talerens personlighed (Mikkelsen, 2011: 75-77). Først og fremmest kan man sige, at *ethos* allerede bliver bestemt, ud fra afsenderens udseende, påklædning og måde at bevæge sig og tale på. Hvis han er *usoigneret*, taler lavt og står sammensunket, vil modtagerne ikke synes at afsenderen har *ethos* (Mikkelsen, 2011: 85). ”Overbevisning skabes gennem talerens karakter (*ethos*) [...]. Vi stoler nemlig mere og med større beredvillighed på,

hvad anstændige mennesker siger [...]” (Aristoteles, 1983: 34). Afsenderen har ikke ethos på samme måde som de andre appelformer, men det er noget som modtagerne skaber en holdning om i forhold til afsenderen. Så man kan altså godt som afsender sige og gøre ting der får modtagerne til at give mere ethos, men det kan samtidig også foregives af afsenderen (Shaw, 2011: 67). For at skabe et troværdigt ethos, skal argumentationen som generelt være korrekt og godt understøttet. (Mikkelsen, 2011: 77).

Man kan som afsender bruge ethos ved at lade andres ethos påvirke sit eget og dermed forstærke sin egen troværdighed. I dette tilfælde kan klogskab komme i fokus for afsenderen, hvilket blandt andet kan ske ved at referere til videnskabsmænd med høj ethos. Dog behøver afsenderen ikke have klogskab af natur, da man kan tillære sig egenskaber der får en til at fremstå som troværdig. Afsenderen skal fremstå som et ærligt, åbent og engageret menneske, der samtidig står udtrykkeligt ved sine handlinger og meninger (Mikkelsen, 2011: 82-84). Man kan kombinere ethos med logos for at få sin troværdighed forstærket (Shaw, 2011: 61).

Pathos

Pathos handler om de, af talerens ord, der tages i en følelsesmæssig retning, så ordene appellerer til modtagernes følelser, værdier og holdninger. Ved at appellere til følelserne bliver modtagernes dømmekraft påvirket og dermed også deres meninger og værdier. Dette kan gå hen og blive en fordel for taleren, hvis taleren ønsker at få tilhørerne over på sin side, og for at få tilhørerne til at mene det samme som taleren (Hastrup, 1983: 34-35). Afsenderen kan påvirke modtagernes værdier, ved at bruge bestemte ord. Dog er der stor forskel på hvordan man modtager forskellige ord, ud fra hvilke etiske og sociale værdier man har. Derfor kan ord som frihed og demokrati modtages forskelligt. Et af de vigtige aspekter ved pathosappellen er den ladning som de anvendte ord har, hvilket betyder at det ikke nødvendigvis er selve ordene, men indholdet og betydningen for modtagerne der appelleres til (Mikkelsen, 2011: 94-95). Afsender vil søge at påvirke modtagernes følelser, hvilket bl.a. kan ske ved at skabe en følelse af medlidenhed eller had til en konkret sag ved at vække følelser som glæde eller vrede (Mikkelsen, 2011: 94). Som Aristoteles siger, reagerer man som modtager ikke ens på et emne når man er glad eller vred (Aristoteles, 1983: 35). Pathos bygger på at modtagerne kommer i en stemning der passer til talen (Mikkelsen, 2011: 75).

Som afsender kan man anvende pathos på en direkte og en indirekte måde. Ved at bruge pathos indirekte, vil afsenderen spille på modtagernes følelser ved at angive specifikke eksempler der skal gøre det omtalte emne mere håndgribeligt for modtagerne. Ved den indirekte appel, vil afsenderen ikke udtrykke sine følelser i lige høj grad som ved den direkte pathosappel. Her vil afsenderen forsøge at få modtagerne til at følge hans eksempel, ved at vise sine egne følelser og værdier. Når afsenderen bruger den direkte appel, vil han derudover anvende ord, der er kraftigt ladede med følelser, gentagelser, metaforer m.m. (Mikkelsen, 2011: 95).

Logos

Logos handler om at kunne påvise, at det der tales om, besidder sandhed. Logos bruges især til at fremføre beviser på det taleren taler om. Det skaber en overbevisning, da det er svært at modsige beviser (Hastrup, 1983: 35). Logos bygger på det der helt konkret bliver sagt og sandheden i dette: "Overbevisning skabes endelig gennem selve det sagte (*logos*), når vi på basis af de overbevisende momenter i hvert enkelt tilfælde demonstrerer sandheden eller det, der synes sådan." (Aristoteles, 1983: 35). Logos er tilknyttet talesproget og til modtagernes evne til at se det logiske i det sagte. Her er det ikke afsenderens egne meninger der er i fokus, men rettere det omtalte emne. Logos taler til modtagernes sunde fornuft, logiske sans, rationalitet og intelligens. Afsenderen vil højst sandsynligt henvise til andre kilder som statistikker og eksperter (Mikkelsen, 2011: 86). Det vil sige at afsenderen skal holde et neutralt og faktuel fokus, hvor ord som derfor, eftersom og fordi, bruges som argumentative markører og hvor de anvendte påstande og belæg vil være eksplicitte (Mikkelsen, 2011: 87). Dog kan man finde argumenter, der ikke indeholder argumentative markører og hvor påstandene vil være implicitte (Mikkelsen, 2011: 91).

De aristoteliske genrer

I den 1. bog i *Retorik* af Aristoteles, defineres der tre typer af taler. Han taler om den politiske tale, retstalen og lejlighedstalen (Jørgensen & Villadsen, 2009: 100).

Aristoteles' genresystem:

Retorisk genre	Deliberativ, Den politiske tale	Forensisk, Den juridiske tale/Retstalen	Epideiktisk, Lejlighedstalen
Publikums rolle	Dommer/Bedømmere/ Beslutningstagere	Dommer/Bedømmere/ Beslutningstagere	Tilskuere/tilhørere
Tidsmæssig orientering	Fremtid (Hvad skal vi gøre fremover?)	Fortid (hvad var sagens omstændigheder?)	Nutid (hvad er betydningen af dette øjeblik?/hvad fejrer vi her og nu?)
Typiske argumentationsmidler	Typisk eksempler på hvad der er fordelagtigt, hvad der er skadeligt.	Enthymemet, generelle topoi vedr. hvad der er ret/uret, lovligt/ulovligt.	Amplificatio (forstørrelse), topoi vedr. ros og dadel
Emne	Politik	Skyld/uskyld	Menneskets karakter, vaner og værdier
Formål	Afgøre hvad der er gavnligt/skadeligt	Afgøre hvad der er retfærdigt/uretfærdigt, samt lovligt/ulovligt	Vurdere hvad der er ædelt/skamfuldt, prisværdigt/forkasteligt

Kilde: (Jørgensen & Villadsen, 2009: 101)

Ovenfor ses en model af Aristoteles' genresystem, hvor talerne bliver delt ind i de retoriske genrer, og der bliver nævnt de forskellige karakteristika ved de forskellige former for taler.

Den politiske tale, som også er kendt som den deliberative tale, er kendetegnet ved at der er tale om fremtidige planer, og hvor emnerne i talen vedrører det tilrådelige og det utilrådelige. Grunden til at den politiske tale kendetegnes af fremtidsplaner, er fordi den politiske tale gerne skulle vedrøre den politik der skal føres i fremtiden. Den politiske tales publikum er forventet til, at kunne træffe beslutninger, og som et dømmende publikum at kunne afgøre ret og uret (Jørgensen & Villadsen, 2009: 100). Den politiske tale kommer i dag i mange former, bl.a. ses den i form af læserbreve og valg pjecer. Pointen med dette er, at i dag har genrerne udviklet sig, så der ikke nødvendigvis er verbal tale i de forskellige former for taler. Da vi i dag har teknologi, de ikke havde tidligere, betyder det at der er opstået nye genrer, grundet vores adgang til flere forskellige medier og teknologi. Et eksempel på dette er dronningens nytårstale, der i dag ses

gennem mange former for medier, og statsministerens nytårstale der er en blanding af den epideiktiske og den deliberative genre (Jørgensen & Villadsen, 2009: 103).

Retstalen, også kaldet den forensiske tale, er kendetegnet ved at den omhandler fortiden, hvor det igen omhandler ret og uret. Denne form for tale har at gøre med, at der er en der skal forsvares eller anklages mod et lovbrud. Dette vil også sige, at til en retstale er publikummet typisk dommere, hvor det er dem der skal tage en beslutning om hvorvidt det der er sket er ret eller uret (Jørgensen & Villadsen, 2009: 100-101). Retstalen stammer fra langt tilbage i antikken, da der dengang var et fokus på at kunne tale sin sag ved en domstol.

Retstalen har en femdelte disposition der lyder: indledning, sagsfremstilling, oversigt, bevisførelse og en afslutning (Jørgensen & Villadsen, 2009: 105).

Indledningen er til for at sikre at tilhørerne får en interesse i forhold til retors¹ hovedpåstand. Sagsfremstillingen indeholder en præsentation af emnet. Det vil sige at der her kommer til at være en gennemgang af hvad der er sket i sagen, samt hvad situationen er nu. Dette er alt sammen set fra retors vinkel. Ud fra dette vil der være en oversigt, som er til for at opsummere hvad striden går ud på, og hvordan den skal behandles. Hertil kommer der en bevisførelse, hvor argumenter bliver fremført for at støtte påstande.

Denne bevisførelse kan blive opdelt i positiv argumentation og i gendrivelse. Positiv argumentation består af argumenter, som er til talerens fordel. Gendrivelse ses hvis taleren tilbageviser modstanderens argumenter.

Til sidst vil der være en afslutning på talen, som er tredelt. Den består af en opsummering, en perspektivering over sagens betydning, og at appellere til dommerne, hvilket er vigtigt (Jørgensen & Villadsen, 2009: 106). Dog skal der i afslutningen ikke opsummeres til starten af talen, da det kan virke som om talen på den måde er blevet overforberedt, og det fratager talens oprigtighed. Der ses typisk i en retstale en slags forstørrelse, kaldet amplificatio, der handler om at formulere sagen ud fra generelle termer. Dette kan være nyttigt, fordi generelle termer tillægger sagen en større vigtighed for dommerne men også for samfundet (Jørgensen & Villadsen, 2009: 106). Ofte ses der også en bøn om medlidenhed i retstaler, bedre kendt som

¹ Retor: den retoriske sprogbruger (Jørgensen & Villadsen, 2009: 13-14).

commiseratio. Denne bøn om medlidenhed kan komme i form af at taleren har taget sin familie med, som gør at der bliver appelleret til dommerens følelser (Jørgensen & Villadsen, 2009: 107). Den klassiske disposition for retstalen kom til at danne grundlag for forensisk retorik i århundreder, og var den mest hensigtsmæssige måde at fremstille sin tale på i juridiske sammenhænge (Jørgensen & Villadsen, 2009: 103).

Den sidste tale, lejlighedstalen, er en hyldende tale. Denne form for tale hører til den epideiktiske genre, og er derfor også kaldet en epideiktisk tale. Genren er kendetegnet ved at omhandle nuet, indeholder oftest ros eller kritik, og dens formål er at styrke publikums engagement. Det vil sige at der i en lejlighedstale ikke er et motiv for at ændre publikums holdninger, eller at starte en handling. Samtidig betyder det, at publikum ses mere som tilskuere, da de i denne form for tale ikke forventes til at være så aktive. Deres rolle i denne form for tale er, at de skal vurdere hvorvidt det lykkedes taleren at markere og udføre lejlighedstalen. Et eksempel kunne være når tilskuerne til en koncert vurderer musikken og sangerens udførelse (Jørgensen & Villadsen, 2009: 101). Lejlighedstalen har været en af de slags taler der er blevet oversat. Denne form for tale viser sig at være lige så vigtig som de to andre former for taler. To forskere, ved navn Chaïm Perelman og Lucie Olbrechts-Tyteca, argumenterede for, at den epideiktiske tale var den der formulerede de værdier der skulle danne grundlag for politiske beslutninger. Senere hen har andre også argumenteret for, at denne form for tale har en central rolle i samfundsopretholdelsen. Det er en epideiktiske opgave, at samfundet har en fælles forståelse af de værdier, der ønskes at opnås via politik. Politik kan ikke gennemføres hvis der ikke er en opbakning fra samfundet, og derfor er det en epideiktisk opgave (Jørgensen & Villadsen, 2009: 102).

På trods af at Aristoteles har lavet et genrebestemmende system, er det ikke ensbetydende med at det skal følges slavisk. Aristoteles selv var en af de første til at kritisere det, der ukritisk overførte skematiske oversigter til praksis. Han mente nemlig, at genrer kunne kombineres, og at der ofte kunne optræde elementer fra en genre i en anden. Blandt andet mente Aristoteles, at der i en lejlighedstale kunne være politiske overtoner, og derfor også at en politisk tale kan have træk fra lejlighedstalen (Jørgensen & Villadsen, 2009: 102).

Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu mener at alt vi gør, har et formål, og at alle handlinger kommer før sproget. Det vil sige, at vi gennem vores handlinger prøver at forfølge vores mål, lyster og værdier for at opnå størst mulig fordel (Professionsviden, 2010). Derudover siger Bourdieu, i sin teori om sprog, at sproget er et middel i en magtrelation. En mere uddybet forklaring er at vores mål, når vi taler, ikke kun er at blive forstået, men også at blive troet, adlydt, respekteret og bemærket. Man kan sige, at selve sproget ikke er magtfuldt i sig selv, men at det derimod bliver gjort magtfuldt, når det bliver brugt på særlige måder (Wilken, 2006: 88-89).

Bourdieu definerer det at tale som en handling, der udføres af aktører i sociale kontekster. De sociale kontekster er grundlaget for vores samtaler, og ud fra det bliver det vi siger troværdigt og respektabelt. Denne produktion af sprog og kommunikation afhænger af de ydre sociale forhold, hvilket vil sige at autoritet og magt, ikke kommer fra sproget, men fra omstændighederne omkring det. Gode taleevner er ikke en kompetence, der er relateret til selve sprogbeherskelsen, men relateret til fordelingen af noget Bourdieu kalder for den symbolske kapital (Wilken, 2006: 89).

Kapitalformer

Bourdieu mener, at der findes forskellige former for magt, og at de magtformer har kapital tilknyttet. Udover den symbolske kapital findes der kulturel kapital, social kapital og økonomisk kapital. Disse begreber vil blive forklaret senere. I Bourdieus teori om sprogets magt er den symbolske kapital den mest magtfulde kapital, fordi den trækker på de andre former for kapital (Wilken, 2006: 46-47).

For at kunne bruge sproget i en magtrelation, er det vigtigt at have symbolsk kapital. Den står for evnen til at udnytte de andre former for kapital, og til at omsætte kapital til andre former for værdi (Wilken, 2006: 46-47). Denne form for kapital er ikke en fysisk form, men derimod henviser den til aktøren der besidder den. Det er nemlig op til aktøren, om han/hun har evnerne til at bruge den. Et eksempel kunne være, at man donerer penge til velgørenhed, hvilket bliver omsat til økonomisk kapital. Hvis det skulle omsættes til kulturel kapital, kunne det være at tage en lang uddannelse (Professionsviden, 2010).

Det er dog ikke nok at have symbolsk kapital, da det sproglige marked reguleres gennem en form for magt kaldet symbolsk vold. Bourdieu definerer den symbolske vold som en magt der skaber en given virkelighedsforståelse til at fremstå som både objektiv og sand, men uden at det er gjort klart for de involverede, at der ikke er tale om en rigtig virkelighed (Wilken, 2006: 65). Gennem den symbolske vold kan man få en magt til at eksistere når man navngiver og klassificerer objekter. Denne magt kan få folk til at acceptere bestemte udlægninger af, hvordan ens verden er indrettet. Et eksempel er Bourdieus begreb, pædagogisk handling, hvilket er udøvelsen af symbolsk vold. Her forklarer han, at den symbolske vold er noget vi oplever helt fra barnsben. Han mener, at alle former for undervisning og information om hvordan vores verden er, er symbolsk vold (Wilken, 2006: 81).

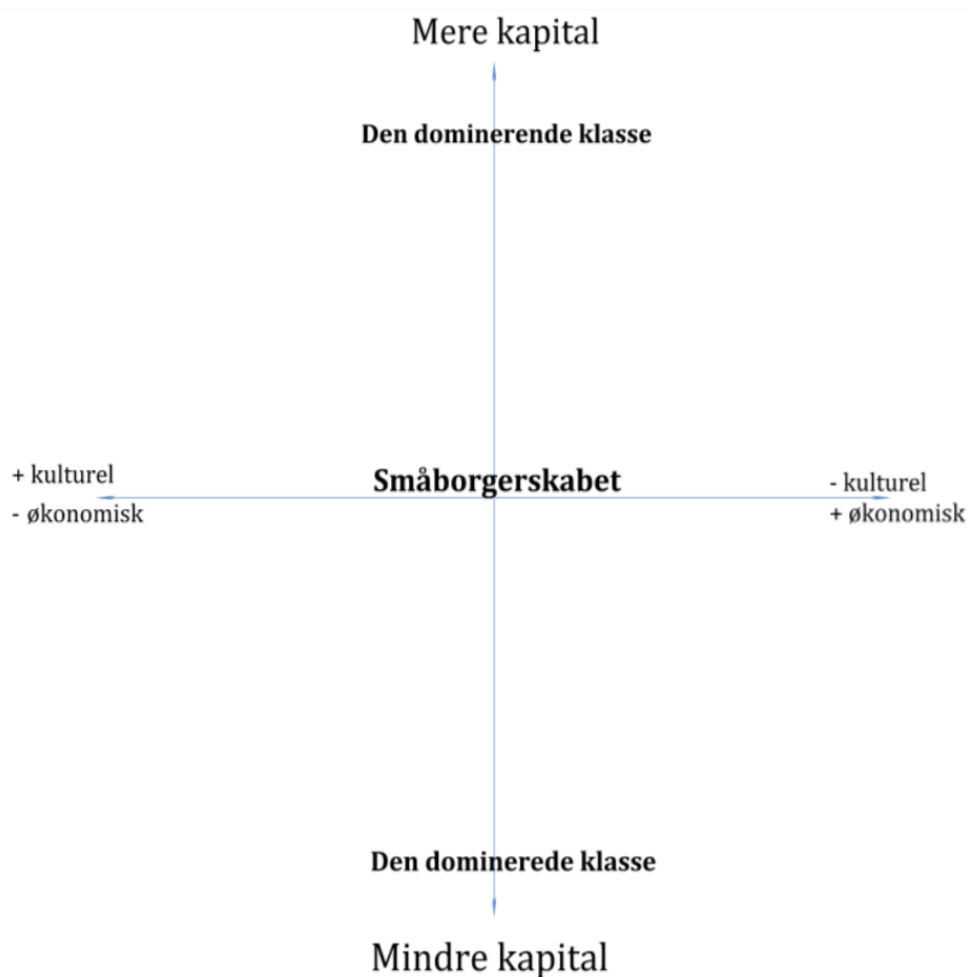
Som nævnt ovenfor, er det ikke nok at have symbolsk kapital, eller at udøve symbolsk vold, da der ikke kan eksistere symbolsk vold, uden at der er en balance mellem de subjektive og objektive strukturer.

De subjektive strukturer, også kaldet habitus, er noget der skabes i en socialiseringsproces, hvor habitus handler om aktørens smag, vaner, værdier, følelser, tanker, køn, klasse og lignende. Det at have en habitus betyder, at man som person er indrettet til at handle, tænke og føle i overensstemmelse med ens habitus (Professionsviden, 2010). Habitus skal forstås som de relationer der er mellem individet og det sociale. Når der er tale om habitus, bliver der kigget på folks handlinger i forhold til hvilken forståelse de har af den situation de er i. Den forholder sig til hvordan kultur påvirker aktøren og naturliggøre forståelserne og handlingerne. Man kan sige, at habitus er måden vi begår os på (Wilken, 2006: 42-44).

Det sociale rum

De objektive strukturer kaldes det sociale rum. Bourdieu har til det lavet en model, og den bliver introduceret i *Distinction*² fra 1979/84 (Wilken, 2006: 64).

² *Distinction* er baseret på en undersøgelse af livsstile i det franske samfund. Den er en analyse af sociale kollektiver i et bestemt samfund i et bestemt tidspunkt i historien, men resultaterne kan ikke nødvendigvis overføres til andre samfund.



Ovenstående er Bourdieus model over det sociale rum, og her ses der tre teoretiske klasser på den lodrette akse. Vi har den dominerende klasse, som er borgerskabet, og findes øverst i modellen. Den dominerede klasse er den folkelige klasse, og findes nederst i modellen. Til sidst er der småborgerskabet, som er diverse erhvervs kategorier, selvstændige, folkeskolelærere osv. Småborgerskabet ligger mellem de to førnævnte klasser. Denne model er med til at vise, at de forskellige kapitalformer er fordelt i de forskellige sociale klasser.

Den økonomiske kapital har naturligvis en relation til materiel rigdom. Her tales der om ejendomme, værdipapirer, aktier og lignende. Denne materielle rigdom kan nemt omsættes til penge, hvor aktøren på ny kan investere i materiel rigdom. Overordnet set dækker den økonomiske kapital over de finansielle midler (Professionsviden, 2010).

Den kulturelle kapital er inddelt i tre former. Den består af den kropslige, den objektiverede, og den institutionaliserede form. Den kropslige form er ensbetydende med, at den kulturelle kapital er inkorporeret i kroppen. Det vil sige at den dækker sanser, adfærd, sprogbrug, og generelt hvilken smag man har når det kommer til ting som blandt andet underholdning, tøj og politiske holdninger. Den kropslige form er derfor som udgangspunkt mere skjult.

Den objektiverede form er mere synlig, og dækker over materielle genstande og viden om disse. Altså dækker den f.eks. over at have en dyr bil, men også at have brugbar viden om den dyre bil. Det er derfor ikke nok at have ejerskab over ting, man skal også forstå betydningen af dem, og vide hvad man kan bruge dem til.

Den institutionaliserede form dækker over institutionaliseret anerkendelse. Her menes der anerkendelse der kan komme bl.a. i form af eksamensbeviser eller akademiske titler. Denne form for anerkendelse skal komme fra en værdsat organisation i samfundet, og kan bruges som et positionerende magtmiddel i forhold til den sociale status (Professionsviden, 2010).

Til sidst opnås den sociale kapital ved hjælp af gode forbindelser og aktørens netværk. Aktøren skal derfor finde ud af hvilket felt der ønskes dominans i, og derefter vedligeholde denne dominans. Der skal dog investeres tid og penge i denne vedligeholdelse, og derfor har den sociale kapital en relation til den kulturelle og økonomiske kapital (Professionsviden, 2010).

Til den dominerende klasse er der nogle der vil have mest kulturel kapital, men også den mindste økonomiske kapital. Der er også nogle der kan have mest økonomisk kapital, men på bekostning af kulturel kapital. Det vil sige inden for den dominerende klasse kan både professorer, kunstnerne, industrimagter og virksomhedsejere høre til (Wilken, 2006: 67-68).

Småborgerskabet bliver inddelt i to. På den ene side er de selvstændige, og på den anden side er de kommunale ansatte som bl.a. folkeskolelærere. De har modstillede positioner og de har derfor forskellige muligheder for at skabe kapital, og de har derudover forskellig social status (Wilken, 2006: 68). Bourdieu kom ikke frem til en opdeling i kapital hos den dominerede klasse, da jo mindre kapital der er, jo mindre er der til rådighed. Det betyder at den dominerede klasse ikke har en stor differentiering mellem kapitalformerne, da de ikke har meget kapital (Wilken, 2006: 68).

Bourdieu siger: "Det er modstillingen mellem den kulturelle og den økonomiske kapital, der driver magtkampene i det moderne samfund." (Wilken, 2006: 68).

Det der menes, er at det sociale rum er en struktur af objektive positioner, som altid består af virkelige mennesker, men samtidig eksisterer modellen kun som en halv virkelighed (Wilken, 2006: 65). Modellen repræsenterer et system af objektive relationer mellem forskellige mulige kombinationer af relevante magtforhold og ressourcer. Den giver både et bud på grundstrukturen i et samfund, og samtidig kan modellen anvendes analytisk i et konkret samfund (Wilken, 2006: 65). Med det kan man konkludere at det sociale rum er et felt af sociale klasser, hvor de forskellige livsstilsgrupper kæmper om status, og dermed om magt og indflydelse (Wilken, 2006: 70).

Nu hvor det er afklaret, at det ikke er sproget i sig selv der er magtfuldt, men derimod omstændighederne omkring det. Altså at man udover at kigge på sproget i sig selv, også skal have et fokus på de objektive strukturer i et samfund. Kapitalformerne kan spille en rolle i forhold til hvilken social status og magt man har, og det kan bestemme hvor stor en rolle ens udtalelser har. Sproget har en stor rolle, da sproget er med til at udbrede de herskende klassers verdensbillede. Bourdieu beskriver, i *Language and Symbolic Power*, at sproget fungerer som en mekanisme til at sprede idéer og fortolkninger i samfundet. Da det er den dominerende klasse der har den legitime udgave af sproget, så er det deres idéer og fortolkninger der kommer ud i samfundet. Dette er et magtmisbrug, men alle ignorerer det, da det er antaget at alle har adgang til uddannelsessystemet (Wilken, 2006: 90).

Her er det vigtigt at forklare et nyt begreb, nemlig magtfeltet. Dette felt handler om staten, og er et forsøg på at undslippe den herskende klasse. Bourdieu mener, at staten er den der har og bruger den symbolske magt, fordi staten alene kan bestemme klassifikationsprincipper, som har almen og universel gyldighed. Det er staten der vedtager lovene, og skaber rammerne for de sociale grupper. Staten er altdominerende og forekommer så naturlig, at det er nemt at glemme dens brug og mulige misbrug af den symbolske magt. Problemet opstår fordi staten er en naturlig del af samfundet, og den har magten til at konstruere den sociale virkelighed, hvilket gør det svært at udfordre statens virkelighedsforståelse (Wilken, 2006: 91-92). Staten, som afsender, har derfor meget af magten, og det besværliggør de lavere sociale klassers mulighed for at reagere på denne magt. Der er her tale om en form for hierarki i samfundet, hvor staten

positionerer sig sådan at dens holdninger, overbevisninger og idéer bliver styrket. Dette har en konsekvens for de sociale klasser, som den dominerede klasse, som dermed ikke kan få deres overbevisninger, holdninger og idéer ud i samfundet. Det er et problem, da der på den måde opstår ulighed, som Bourdieu mener er noget vi alle kender til, men som vi blindt accepterer (Wilken, 2006: 44).

Robert Entmans framingteori

Framing begrebet tilbyder en måde at beskrive, hvordan en kommunikerende tekst udøver magt. En framinganalyse viser præcist hvordan den menneskelige bevidsthed påvirkes gennem kommunikation fra "et sted", til bevidstheden (Entman, 2015: 116). Med andre ord viser det, at vi påvirkes af vores omgivelser og omstændigheder på en kommunikativ måde. Måden vi taler om ting på, bestemmer hvad vi tænker om dem. I forhold til diskursfællesskaber og samfund, så handler det om frames der "vinder", og på den måde overtager den sociale diskurs (Entman, 2015: 116). Ændring sker i denne sammenhæng primært, men ikke udelukkende, gennem reframing. Helt fundamentalt handler framing om at udvælge og fremhæve specifikke ting:

"At frame består i at udvælge nogle aspekter af erfaringsverdenen og fremhæve dem i en kommunikativ tekst på sådan en måde, at der ansøres til en bestemt definition af problemet, fortolkning af årsager, moralsk evaluering og/eller anbefaling af (be)handling for det pågældende tilfælde." (Entman, 2015: 116).

Med andre ord, så definerer frames problemer, og derefter den ønskede proces. Men selvom vi nu ved hvad de gør, så ved vi ikke præcist hvad de ér. Det er her vigtigt at påpege, at vi tager udgangspunkt i Entmans definitioner. De fleste frames, specielt globalt kendte, er kognitivt indlejret i mange menneskers underbevidsthed. Et eksempel på dette er "the American dream". Der er ikke én måde at tolke dette fænomen på, men det er altid netop dét fænomen der bliver bragt op, da det eksisterer kognitivt i diskursive fællesskaber. Her er forbindelsen mellem ord, udtryk og sætningers semantik og de frames de aktiverer. Frames er altså den reaktion man har på en udvælgelse eller fremhævnings af noget, eller mangel på samme. Måden man bruger det på, er således at manipulere og kontrollere reaktionen til framingen af bestemte ting. Som Entman påpeger: "Begrebet om framing indebærer således, at en frame har en generel effekt på

store dele af det modtagende publikum, selvom det ikke er sandsynligt, at den har en universel effekt på alle.” (Entman, 2015: 118). Det skal her også siges, at udelukkelse kan have lige så stor effekt som inklusionen af noget, i henhold til at influere folks opfattelse af noget (Entman, 2015: 118, 3). Entman påpeger også, at fremhævnin g også kræver sin egen definition inden for det faglige felt:

”Det betyder at gøre en oplysning bemærkelsesværdig, meningsfuld og erindringsværdig for modtagerne. En stærkere fremhævnin g øger sandsynligheden for, at modtagerne vil opfatte informationen, forstå dens betydning, og følgelig behandle og lagre den i hukommelsen.” (Entman, 2015: 117).

Dette understreger igen at framing er noget man skal udføre omhyggeligt, hvis det skal være fremmende for ens sag.

Frames i kommunikationsprocessen

Frames fremgår mindst fire steder i kommunikationsprocessen: hos afsenderen, i teksten selv, hos modtagerne og i kulturen (Entman, 2015: 117). Afsenderen tager framingvalg, som enten kan være bevidste eller ubevidste, ved at komme med udsagn under indflydelse af de frames, der er med til at skabe vedkommendes forestillingsunivers. I tekster er der frames, som er synlige ved enten den tydelige tilstedeværelse af, eller ligeledes manglen på bestemte nøgleord, stereotyper, informationskilder, temaer, faste vendinger og sætninger, der underbygger et sæt af fakta og vurderinger. En bestemt framing af noget vil aldrig være én-til-én i forhold til hvilke frames der aktiveres hos modtagerne, men det er i særdeleshed målet når man anvender det som sprogligt redskab.

I forhold til modtagerne har Entman dette at sige: ”De frames, som informerer modtagerens tænkning og konklusion, kan reflektere de frames, som findes i teksten, og som præger afsenderens intention, men de behøver ikke at gøre det” (Entman, 2015: 117). Hvor han i forhold til kulturen siger: ”[...] de empirisk konstatérbare sæt af gængse frames, der fremtræder i diskursen og tænkningen hos hovedparten af mennesker inden for en given social gruppering” (Entman, 2015: 117). Kulturen i sig selv er lageret med disse typiske frames, som er

indiskutabelt uden et forsøg på reframing, medmindre man vil udfordre diskursen og acceptere konsekvenserne. Hos modtagerne er forholdet til frames mere subjektivt, da man godt kan være imod dem idealistisk, så længe man ikke udviser eller udøver denne modstand. Alle fire førnævnte punkter, har med deres frames stadig den ensartede funktion at udvælge og fremhæve. Specifikt i forhold til vores opgave, er det også vigtigt at pointere, at man netop bruger disse funktioner til at fremhæve elementer til at skabe et argument omkring visse problemer og emner.

Frames i politiske nyheder

Frames fremhæver visse aspekter af virkeligheden, mens de kan tilsløre andre aspekter. I de politiske magtkampe konkurreres der primært om framing af nyheder og politiske overbevisninger (Entman, 2015: 119). Med andre ord, er framing en genvej til manipulation af modtagernes meningsdannelse, men også en simplificering og kategorisering af disse. Framing spiller altså en betydelig rolle i udøvelsen af politisk magt, og selve framingen af en nyhedshistorie er det direkte aftryk af denne magt, i og med at den registrerer og identificerer de individer eller interesser, der konkurrerede om at dominere teksten (Hjarvard, 2015: 104-106 og 108-109).

På samme måde som positioneringsteorien er framing med til at definere forskellige diskurser: "Som afspejling af magtspillet og grænserne for diskursen om et bestemt emne udviser mange nyhedstekster en homogen framing på ét analyseniveau, mens de på et andet niveau rummer konkurrerende frames." (Entman, 2015: 119). Ved brug af de ovennævnte redskaber kan man, igennem en tekst, omdanne sprogets magt til konkret politisk magt. Med den magt kan man så influere individers meninger og dermed kategorisere dem. Man kan dog også manipulere hele samfund til at acceptere en fremsat, diskursiv overbevisning.

Positionering

Vi kommer senere ind på, hvilke sproglige virkemidler Trump anvender i talen, heriblandt metaforer, appelformer og frames. En af pointerne som alle disse deler med positionering, er det formål at intentionelt positionere modtagerne af talen på en hensigtsmæssig måde for taleren.

Teoretikerne bag den konkrete teori er primært Bronwyn Davies og Rom Harré, taget ud fra deres banebrydende artikel *Positionering: Diskursiv produktion af selver*. Svend Brinkmann har dog også lagt et godt stykke arbejde i at simplificere og forklare teoriens fundamentale principper og idéer på dansk. Derfor har vi også inddraget hans indlæg om emnet fra leksikon.org, da den har været med til at give et øget overblik over teorien og dens tradition.

Positioneringsteorien er videreudviklet fra adskillige identitets- og rolleteorier fra psykologiens og sociologiens akademiske felter. Nogle af de mest kendte forskere og teoretikere inden for positioneringsteorien Erwing Goffman, Anthony Giddens, Richard Jenkins og Etienne Wenger. Den første til at illustrere hvordan positionering virkede i praksis, var dog Wendy Hollway (Brinkmann, 2010). Der hvor positioneringsteorien begynder at fravige dens faglige tradition, er i konteksten den anvendes i. Hvor teorien førhen har været meget fokuseret på subjektivitet og identitet, er den i denne sammenhæng mere anvendelsesorienteret inden for sproglig- og social interaktion og i kommunikationsprocessen. Brinkmann formulerer det således: "Positionsbegrebet henviser i dag til, hvordan personer midlertidigt eller permanent er lokaliseret i det sociale rum, mens positioneringsbegrebet henviser til den aktivitet det er at tilskrive individer en sådan position." (Brinkmann, 2010).

Brinkmann tager udgangspunkt i emotioner som eksempel på positioneringsforsøg. Disse følgende begreber skal altså ikke forstås som essentielle for selve teorien, men nærmere forståelsen af forskellige ord og frasers anvendelse i en positioneringsmæssig sammenhæng. Vi har valgt at inkludere nogle af dem, for at give et indblik i hvordan begreber kan anvendes i forhold til positionering, men med det i mente at andre ting kan have den samme funktion (Brinkmann, 2010).

Emotioner er følelser vi ekspliciterer i vores kommunikation, som vores motiv eller drift i en given situation, eller mod en klar hentydning eller hensigt. Igennem en samtale kan emotionerne enten blive re-kategoriserede eller blive til mod-emotioner. Re-kategoriserede emotioner er positioneringsforsøg, hvor man re-kategoriserer de emotioner man prøver at frembringe i modstanderen, eller i en selv. Hvis man bliver mødt med vrede, kan man prøve at vende det til misundelse, stolthed eller andet. Mod-emotioner er derimod udtryk der modsiger positioneringsforsøg, som har været impliceret i en tidligere situation. Hvis der er blevet

ekspliciteret vrede, som modtagerne finder urimelig, så vil vedkommende højst sandsynligt prøve at kommunikere ud at afsenderen burde udvise skyld, og måske komme med en undskyldning (Brinkmann, 2010).

Positioneringsforsøg er de konkrete sproghandlinger man forsøger at positionere et individ, eller flere, med. Det kan være gennem modalverber, specifikke udtryk, metaforer eller lignende. Generelt er alle sproglige virkemidler og redskaber i brug ved selv de mest simple samtaler. Positioneringsprocesser er de små sproghandlinger, udtryk osv. der udgør den sociale interaktion rent kommunikativt. I en positioneringskontekst, er det heri hvor den dynamiske positioneringskamp bliver udspillet, typisk igennem flere positioneringsforsøg eller vekselvirkningen mellem forskellige, ekspliciterede emotioner (Brinkmann, 2010).

Brinkmann illustrerer hvordan emotioner i en debat kan være med til at re-kategorisere forskellige grupperes position i en politisk debat (Brinkmann 2010). Hans eksempel går i sin simpelhed ud på, hvordan de forskellige fremhævede emotioner viser noget om dem der ekspliciterer dem, og hvilket forhold emotionerne spiller i debatten. Hvis der bliver udtrykt vrede, så kan dets grundlag og motivation udfordres, og potentielt re-kategoriseres til eksempelvis misundelse. I den politiske kontekst ville det ofte være et spørgsmål om hvorvidt man er skyldig eller ej, i en given påstand. En anden vigtig pointe er, som Brinkmann forklarer:

”Magt opfattes som allestedsnærværende i sociale episoder [...] Men teorien tilbyder sig også mere alment som en socialkonstruktivistisk og diskursanalytisk tilgang, der kan anvendes til at undersøge komplekse sociale episoder og identiteter.” (Brinkmann, 2010).

Dette skal forstås i kraft af, at positioneringsteorien ikke vil fremsætte, at der findes en definitiv forklaring på positioner, emotioner og handlinger der motiverer positioneringsprocesserne. Spørgsmålene man analytisk stiller til situationen, er vildledende, hvilket er årsagen til, at man netop bruger teorien til at undersøge positioneringskampene, som et fundament for det sociale liv og kommunikationsprocessen (Brinkmann, 2010). Det er i kraft af dette, af emotionerne bare er én tilgang til positioneringsforsøg, og at det sagtens kunne være andre aspekter man fokuserer på i den kommunikationsproces man undersøger. Det er desuden den proces der er med til at ankre teorien i den hermeneutiske fagtradition.

Et af de vigtige aspekter ved positioneringsteorien er som nævnt, at positioner og positionering altid er under forhandling (Brinkmann, 2010). Det er dog også dette, der bliver udfordret mest af mediets form i vores opgave, da afsenderen har al magten under en tale, uden at publikum bliver inddraget eller bliver givet mulighed for at respondere meningsfuldt. For at udnytte dette, kræver det også en diskursiv indsigt i modtagerne og omstændighederne fra talerens side, specielt hvis man prøver at ændre eller skabe nye diskurser.

Simplificeringen i folks subjektivitet, som her nok bedre kan kaldes rolle, er også en essentiel del af den kommunikative proces, der er talen. Hele Trumps formål med talen, er at øge chancen for at få loyale vælgere til det kommende valg, og rent politisk er det ved at overbevise folk om, at hans meninger er mere rigtige end alternativerne. Der giver positionering, i vekselvirkning med andre retoriske redskaber, afsenderen et værktøj til at omdanne modtagerne fra enkelte, meningsfyldte individer, til en éndimensionel, kategoriseret masse. Denne masse bliver placeret på én af to sider af Trumps overbevisninger. I og med at de direkte modtagere af talen ikke kan respondere på den, så er de nødt til at forholde sig til de andre individer i den kommunikative proces, da de sandsynligvis heller ikke ønsker en uhensigtsmæssig position i situationen. Det indebærer også, at mulighederne for ens egne meninger bliver kraftigt begrænsede, da man kun kan udtrykke sig gennem ens valgmuligheder, som i det amerikanske valg er bestående af præsidentkandidater. Det er sandt at publikum kan buhe og juble, men i et publikum der består af flere tusinde mennesker, er det svært at overdøve det majoriteten gør.

Det kan sammenlignes med at sidde til en sportskamp med alle modstandernes fans. Selvom man ikke bliver omvendt til det andet hold, vil man ikke ekspliciteres ens overbevisninger af frygt for konsekvenserne. Dog opgiver man dermed også sine egne muligheder for at respondere, kritisere og diskutere selve det, der bliver præsenteret. Selv hvis man ikke er fan af nogle af holdene, så er begivenheden stadig begrænset mellem to udfald, resultatet mellem de to respektive hold. Ens mening om et tredje hold er altså ikke relevant eller meningsfuldt i den kontekst man er i. Vi vil argumentere for, at det samme gælder til en tale, om end mere direkte for det fysiske publikum. Selv om man er uenig i pointen med det hele, eller at positioneringen finder sted foran øjnene på én, så bliver afsenderen og afsenderens besked styrket i kraft af god anvendelse af positionering.

Verdensfortolkning

For at forstå positionering og hvordan den virker, kræver det noget baggrundsviden, i forhold til hvordan vi forstår og fortolker verden generelt. Ifølge Davies og Harré, så danner vi vores forståelse om verden gennem flere processer. Mere specifikt siger de: "Vores tilegnelse eller udvikling af en forståelse af, hvordan verden fortolkes fra det perspektiv, vi anser for vores, omfatter - vil vi hævde - følgende processer: [...]" (Davies & Harré, 2014: 29).

Den første proces beskriver hvordan vi opnår en indlæring af kategorier, som helt fundamentalt inkluderer nogle mennesker, mens andre bliver ekskluderet. Eksempelvis kønsopdelingen og politiske orienteringer.

Den anden proces forklarer hvordan vi deltager i diskursive praksisser, hvori de førnævnte kategorier og kategoriseringer tillægges mening. Davies og Harré bruger eksemplet med historiefortælling hvor forskellige subjektpositioner bliver fordelt og udviklet. Ligeledes fremsætter det at vi alle er en del af diskursive rammer på den ene eller anden måde, og vores deltagelse i disse er med til at skabe vores fortolkning af verden omkring os (Davies & Harré, 2014: 29).

Den tredje proces beskriver det imaginære, men ikke nødvendigvis usande, forhold mellem selvet og de historier og kategorier der er i spil: "Positionering af selvet i forhold til kategorier og historier. Dette indebærer en positionering i fantasien, *som om* man hører til i den ene kategori og ikke den anden (som dreng og ikke pige, eller som god pige og ikke slem pige)." (Davies & Harré, 2014: 29). Dette betyder også, at kategorier fungerer på flere niveauer på samme tid. Man kan godt være en pige, og ikke en dreng, men også en slem pige og ikke en rar pige. Man kan dog også influere og manipulere disse kategorier, historier og roller selv, hvilket vi kommer tilbage til.

Den fjerde proces er erkendelsen af, at man har visse træk, egenskaber osv. der sætter en i visse underkategorier, som allerede findes i det diskursive samfund (Davies & Harré, 2014: 29). Med andre ord, så vil identificeringen med en bestemt kategori eller gruppe, automatisk udvikle en selvforståelse der er i relativ overensstemmelse med gruppens. Der er selvfølgelig uendelig

mange subjektive, underbevidste og kontekstbestemte forhold der influerer dette, men generelt set fungerer man som en del af kategorien i kraft af enigheden der fremkommer, og sjældent uenighederne. Erkendelsen af ens tilhørsforhold i disse underkategorier medfører også en emotionel forpligtelse til at følge den igennem, og “[...] deltage i udviklingen af et moralsk system organiseret omkring dette medlemskab [...]” (Davies & Harré, 2014: 30). Det med et moralsk system er baseret på de ting Davies og Harré konkret undersøgte da de skrev artiklen, men kan i dag nærmere oversættes til den generelle kategoris udvikling inden for hvilken holdning eller mening de repræsenterer. Det gælder eksempelvis inden for politik, sportsgrene osv. Pointen er, at man efter at have erkendt sin rolle i kategorien, også lægger en del af sig selv i dens velbefindende og fremtidsudvikling, i kraft af at man selvfølgelig vil forsøge at fremme verdensforståelsen der fremsættes fra netop denne kategoris perspektiv (Davies & Harré, 2014: 30).

Den femte proces beskriver de andre teoriers vekselvirkning, og det at de “[...] står i relation til en teori om selvet, der kort kan udtrykkes i pronominerne grammatik, hvori en person forstår sig selv som en kontinuert enhed over tid.” (Davies & Harré, 2014: 30). Davies og Harré beskriver “oplevelsen af modstridende kategorier” som noget der er problematisk, og som vi skal forsøge at reparere og hele, men også som en del af vores måde at være mennesker på i et samfund. Modsigelser inden for forskellige kategorier man identificerer sig med, er altså med til at forme os som personer, og at det er i kraft af dette at vi skaber vores forståelse for verden vi lever i (Davies & Harré, 2014: 30).

Essensen af alt dette er, at man skal have disse processer i baghovedet når man forsøger at forstå kommunikationsprocessen i forhold til positionering, som vi viser senere i vores analyse. De giver et indblik i hvordan mennesker generelt forholder sig til positionering og kategorisering, uden at gå for meget i dybden med de uendelig mange andre, små faktorer der kan spille en rolle i konkrete sammenhænge.

Positionering og dens dynamikker

I Davies og Harrés artikel beskriver de, at der er en klar forskel mellem personer som individuelle aktører og subjekter, der er summen af alle dets forskellige positioner, “[...]”

foreløbige og ikke nødvendigvis uangribelige, som en person for et stykke tid engageres i kraft af de diskurser og den verden, han eller hun lever i.” (Davies & Harré, 2014: 31). For vores analyse vil der dog primært være fokus på selve positioneringsprocessen, og hvilke konkrete positioner der bliver skabt og kategoriseret efter.

En af de mest brugte positioneringsmetoder er historiefortælling. Man kan enten fabricere en historie, hvor man selv kontrollerer alle rollerne og handlingen, eller man kan gengive kendte historier, hvor modtagerne sandsynligvis kender rollerne og deres betydning. At få tildelt sådan en rolle i en kendt historie, ville altså ikke være overraskende for lytterne, i det de allerede kender implikationerne der er ved de forskellige roller, eller måske manglen på en given rolle. Det kan ligeledes være effektivt ikke at blive positioneret i en historie, da man pludselig bliver kategoriseret som irrelevant for sammenhængen i den givne situation (Davies & Harré, 2014: 31). Dette lægger sig som nævnt tæt op af framing og dens dynamikker. Selv hvis man bliver udsat for positionering i en historiefortælling, så kan man stadig udfordre dette positioneringsforsøg, forudsat at situationen tillader det: “Selvrefleksion skulle kunne gøre det indlysende, at et sådant væsen ikke nødvendigvis er fanget i den subjektposition, som den specifikke fortælling og de dertil relaterede diskursive praksisser måske kunne se ud til at diktere.” (Davies & Harré, 2014: 31). Positionering, som de bruger det, er “den diskursive proces, hvorved selvet lokaliseres i samtaler som observerbart og subjektivt kohærente deltagere i historier, der produceres i fællesskab.” (Davies & Harré, 2014: 31). Dette er det tætteste på en konkret definition af begrebet, men ikke den eneste måde at forstå begrebet på.

Fællesskab kan eksempelvis fortolkes relativt frit, da kommunikationsprocessen altid varierer kraftigt. I nogle tilfælde kan fællesskabet være én enkelt person, som bare har tilstrækkelig magt til at diktere relative diskursive forhold. Det kan være på en arbejdsplads, hvor en historie og dens roller rent hypotetisk kunne udfordres, men rent socialt og diskursivt er umulig at udfordre. Det er også en skelnen mellem hvilken af de følgende tre dimensioner, den diskursive, sociale og sproglige, der er mest relevant. Fællesskabet er også en speciel størrelse i positioneringsteorien, i og med at subjektpositioner som nævnt altid er under forhandling, og langt fra hele tiden er intenderede eller hensigtsmæssige. Derfor kan den relative magt i situationen skifte konstant, og svær at placere. Ethvert indskud eller tilføjelse til en social

interaktion har konsekvenser for potentielle positioneringer af alle involverede i situationen, ikke bare den der bevidst forsøger at positionere sig (Davies & Harré, 2014: 32).

Vi vil eksemplificere dette mere konkret senere i analysen, dog er det vigtige at man er indforstået med, at de situationer man kigger på sjældent bare kan klassificeres som én af de tre dimensioner. Rent sprogligt kan fremstillingen af en historie influeres kraftigt ved blot at skifte tonen eller trykket i visse ord. Andre gange kan man ændre en historie ved at udskifte konkrete ord eller fraser, til at ramme nogle specifikke, subjektivt indlejrede diskursive forståelser af verden (Davies & Harré, 2014: 32).

Davies og Harré laver også en todeling af begrebet; interaktiv positionering og reflektiv positionering. Interaktiv positionering er når noget én siger, er med til at positionere en anden, hvorimod reflektiv positionering er hvor en person positionerer sig selv (Davies & Harré, 2014: 32). Igen er det essentielt at påpege, at det langt fra altid er tilfældet at positionering er tilsigtet, hvis overhovedet bevidst. De pointerer dette, i kraft af vores konstante udvikling som mennesker: "Man lever sit liv med et udgangspunkt i sit konstant producerende selv, hvem end der er ansvarlig for dets produktion." (Davies & Harré, 2014: 32). Det gør også, at vi ikke altid lægger mærke til at vi bliver positioneret, og netop derfor også hvorfor det kan være så effektivt hvis man er god til at positionere rent kommunikativt. Specielt hvis man selv fremstiller situationen man har tænkt sig at positionere igennem, så har man potentielt frie tøjler, inden for relativt rammebelagte diskursive præmisser, til at kommunikere som man vil. Dette vil vi vende tilbage til i analysen. I forhold til den konkrete kommunikative kontekst, så siger Davies og Harré følgende: "Vi tager samtalen som udgangspunkt og antager, at enhver samtale er en diskussion af et emne og en (eksplicit eller implicit) fortælling af en eller flere personlige historier [...]" (Davies & Harré, 2014: 32).

Dette er et eksempel på hvad vi har nævnt tidligere, med at den samme historie kan forstås forskelligt i forhold til hvilket lys den opfattes i. Dette kan også forstås i relation til Brinkmann, der som nævnt eksemplificerer hvordan forskellige emotioners fremstillinger og positioneringer frembringer i os. En fortælling kan altså virke naiv eller pralende fra én synsvinkel, men måske forstås som fortjent stolthed fra en anden (Davies & Harré, 2014: 32). I disse tilfælde mener Davies og Harré at fortællingen bliver til et selvbiografisk fragment, der

afspejler modtagerne. De udleder herfra det følgende: “Man kan derfor formode, at folk organiserer deres samtaler, så de afspejler to organisationsprincipper: det aktuelle emnes »logik« og de historier, som er indlejret i fragmenter af deltagernes selvbiografier.” (Davies & Harré, 2014: 32). Når man fortæller et fragment af sin selvbiografi, så tilskrives man “dele af og karakterer i de fortalte episoder” (Davies & Harré, 2014: 33), og dette gælder selvfølgelig både fortælleren, og andre såvel inden for som uden for samtalen. Når man inddrager folk i en historie, implicit eller eksplicit, skaber fortælleren altså nogle subjektpositioner som skal fyldes ud. Her er det mest normalt af de resterende samtaledeltagere indtager disse roller, men man kan også sagtens positionere eksterne personer eller grupper ind i disse subjektpositioner. På denne måde er fortællinger, som er selvbiografiske fragmenter, ikke anderledes end fiktion eller fantasifortællinger (Davies & Harré, 2014: 33).

Det indebærer også, at der i en given samtale vil være mulighed for alle deltagerne at influere subjektpositionerne: “Den gensidige, nære sammenhæng mellem (immanent) positionering af samtaledeltagerne og de udførte sproghandlingers illokutionære modaliteter kan også indebære, at en anden talende skaber andre positioneringer.” (Davies & Harré, 2014: 33). De bruger eksemplet med at en person udtrykker sorg over for en anden persons bemærkning, og positioneres altså som sørgende, hvilket positionerer den første person som en der måske kondolerede, men som egentlig ikke ville udstilles som en der ville kondolere i den givne situation. Her er altså tale om spontan, uhensigtsmæssig positionering, som i virkeligheden ikke blev kontrolleret direkte af hverken den ene eller den anden af de to deltagere. Det er med til at vise hvor kompliceret en given situation kan være at diktere. Misforståelser, personlige tolkninger af kropssprog og kulturelle udtryk mm. kan være altbetydende for en given kontekst.

Noget andet vi finder relevant, er de processer som Davies og Harré argumenterer for man som deltager, i en samtale skal være opmærksom på, når man positionerer sig selv og andre. Vi vil herunder kort gennemgå de fem dimensioner de introducerer, og derefter forklare hvorfor vi skal være opmærksomme på de samme ting i vores analyse.

Den første dimension er kort sagt bare det faktum, at udsagn en taler kommer med uundgåeligt indeholder metaforer, billedsprog osv. der forudsætter og aktiverer de diskursive praksisser og verdensforståelser deltagerne gør sig i.

Den anden dimension udbygger dette, da den forklarer hvordan deltagerne ikke nødvendigvis er opmærksomme på deres fortolknings betydning, eller metaforernes og billedsprogets magt i forhold til at “[...] aktivere visse værensformer.” (Davies & Harré, 2014: 34). Deltagerne kan tage sprogbrugen for givet, i og med at det kunne være at man bare taler sådan i situationen. Definitionen for dette er dog, at man rent faktisk har gjort den til en specifik måde at tale på i “denne type situation” til den specifikke måde at tale på, bl.a. gennem sprogbrugen (Davies & Harré, 2014: 34). Der er altså en chance for, at man bliver fanget i sin egen misforståelse, eller af noget man underbevidst har taget for givet rent kommunikativt.

Den tredje dimension beskriver hvordan ting som politiske og moralske principper, forestillinger, idealer, diskursive forhold kan have indflydelse på hvordan man opfatter den først talendes udsagn. Specielt diskurser der er i konflikt med den diskurs, der er fremsat af den først talende, har en klar indflydelse på opfattelsen af det sagte. Måden hvorpå deltagerne forstår “denne type situation” kan variere kraftigt. Selvom man normalt forudsætter at efterfølgende ytringer følger den diskurs den først talende har fremsat, så har de stadig potentialet til at fortsat have indflydelse på den forståelse man skaber sig igennem samtalen (Davies & Harré, 2014: 34).

Den fjerde dimension argumenterer yderligere for at positioner altid er til forhandling, og at kommunikationsprocessen er flydende: “De positioner, som man skaber for sig selv og andre, indgår ikke i en lineær, ikke-kontradiktorisk selvbiografi (eftersom selvbiografier normalt er skriftlige), men udgør derimod kumulative fragmenter af en levet selvbiografi.” (Davies & Harré, 2014: 35).

Den femte og sidste dimension forklarer hvordan roller og karakterer kan være kendte, bl.a. det at genkende fortællinger, såsom eventyr eller roller (som kan være konkrete eller metaforiske). De kan dog også være flygtige fra samtale til samtale, og dermed have mere at gøre med konkrete intentioner, som eksempelvis hensigtsmæssige identitetstræk hos en ønsket positioneret person, eller en foretrukket diskursiv tilgang til et samfundsproblem (Davies & Harré, 2014: 35-36).

En sidste pointe vi vil fremhæve, som desuden er essentiel i forhold til vores konkrete empiri, er hvordan man som taler kan samle de uendeligt mange potentielle fortolkninger af ens udsagn. Først skal man forstå, at det ikke kan understreges nok hvor kompleks samtalen reelt er: “De illokutionære modaliteter af hver enkelt afsenders bidrag i konkrete samtalesammenhænge kan forventes at have samme mangfoldighed som de kulturelt tilgængelige stereotyper, eftersom de forstås individuelt af *hver enkelt* samtaledeltager.” (Davies & Harré, 2014: 36). På grund af dette, kan man kun gøre sin samtale entydig, hvis man formår at få deltagerne til at tage komplementære subjektpositioner, der er organiseret omkring en fælles forståelse af kontekstens omdrejningspunkt.

I vores tilfælde vil dette primært være politiske brændpunkter og lignende, hvor man kan argumentere for, at rammerne allerede er etableret i form af eksisterende, populære politiske vinger. Dog kan selv denne optimale tilgang til positionering let udfordres af det simple faktum, at ting altid kan ses fra et andet perspektiv, uanset hvor komplementære de givne subjektpositioner end måtte være. Normalt vil man selvfølgelig være med til at fortsætte samtalen, men hvis taleren vil forsøge at gøre det ud fra bestemte præmisser og diskurser, så kan man bare sige fra, og dermed udfordre taleren (Davies & Harré, 2014: 37). Det er de her forhold der er relevante i forhold til om man som deltager i samtalen har magt eller ej, i og med at vores samtale er relativt specielt.

Argumentationsteori

Idet Trumps tale er en række sproghandlinger, som udføres i en social og kulturel kontekst, finder vi det relevant at anvende en fremgangsmåde, som kan give en dybere indsigt i talen og de væsentlige aspekter der forekommer i den. Derfor har vi valgt at tage udgangspunkt i bogen *Argumenter i kontekst – introduktion til pragmatisk argumentationsanalyse* skrevet af Niels Møller Nielsen (2016), hvor han introducerer diverse begreber og modeller inden for argumentationsanalyse, som vi synes er relevante for vores analyse af den udvalgte tale.

Et argument bliver defineret ved at skulle indeholde:

1. “Der skal være et standpunkt (for eller imod en proposition).
2. Der skal være en begrundelse for dette standpunkt.” (Nielsen, 2016: 51)

Hvis man går dybere ind i definitionen af et argument, så består det af præmisser, hvori der er over- og underpræmisser og konklusion. Konklusionen er den del af argumentet man skal begrunde for og det er det opgaven hos over- og underpræmisserne omhandler. De to forskellige præmisser har hver sin opgave i et udarbejdet argument. Underpræmissen er den der skal retfærdiggøre konklusionen, mens overpræmissens formål er at underbygge underpræmissen (Nielsen, 2016: 51).

Opstilling af et argument:

“P1: Sokrates er et menneske (underpræmis).

P2: Alle mennesker er dødelige (overpræmis).

K: Sokrates er dødelig (konklusion).” (Nielsen, 2016: 52)

Selvom man har en række påstande, så betyder det ikke, at det er en selvfølge at det er et argument. Et argument har til hensigt at begrunde en mening eller en påstand. Markørerne tydeliggør argumentets komponent, og kaldes argumentmarkører (Collin, Sandøe & Stefansen 1987: 10-12). De forskellige argumentmarkører påvirker også sammenhængen mellem præmisserne og konklusionen. Rækkefølgen varierer i forhold til hvilken argumentmarkør der bliver brugt bl.a. når man bruger markørerne da, følgelig og derfor, så er præmisserne først i rækken, men hvis man bruger markøren for, er konklusionen først i rækkefølgen (Collin, Sandøe & Stefansen 1987: 12). I nogle sammenhænge kan argumentmarkørerne være underforståede og derfor ikke direkte synlige, på samme måde som de førnævnte markører. Hvis man ser et muligt argument, men ikke er sikker grundet manglen på visuelle markører, kan man selv vurdere om man mener at det er et argument ved at forsøge at kategorisere det i præmisser og konklusion (Collin, Sandøe & Stefansen 1987: 12-13).

Logisk gyldighed

Logisk gyldighed er et begreb der bliver brugt inden for logik-delen af den klassiske analysetradition. For at et argument skal godkendes som logisk gyldigt, forventes der at det indeholder holdbarhed i form af at præmisserne skal være acceptable, informative, forståelige, overbevisende og relevante (Nielsen, 2016: 61). For at man skal godtage et arguments gyldighed må det heller ikke være selvmodsigende, altså kan man ikke påstå at præmisserne er

gyldige og samtidig benægte konklusionen (Nielsen, 2016: 60). Det logisk gyldige argument er tautologisk, som betyder at det er unægteligt sandt, og derfor en modsætning til kontradiktion (Nielsen, 2016: 56). For at et argument skal være gyldigt kan det, som før nævnt, ikke være selvmodsigende. For at kigge nærmere på denne selvmodsigelse har man kontradiktionsloven. Inden for logikken bliver kontradiktionsloven kaldt et aksiom og bliver defineret: "Den kan ikke nægtes uden allerede at have forudsat at den er sand." (Nielsen, 2016: 56).

Fejlslutning

Fejlslutning bliver defineret som: "En irregulær kategori af forskellige slutningsformer som opfattes som fejlagtige." (Nielsen, 2016: 218). Begrebet består af formelle og informelle fejlslutninger. En formel fejlslutning går ud på, at argumentet er logisk ugyldigt og informel fejlslutning har med problematikker i et arguments holdbarhed at gøre (Nielsen, 2016: 160).

Formelle fejlslutninger kan normalt ikke bruges som en afgørende faktor, da argumenter i praksis som regel ikke er fuldendte. Derimod har informelle fejlslutninger nogle kendte eksempler såsom "ad hominem" hvor man ikke godkender et argument, men hellere appellere til selve personen der argumenterer, i stedet for indholdet (Nielsen, 2016: 160-161). Derudover ses "red herring" som en fejlslutning der tit begås i store debatter. En red herring er defineret til at være irrelevante pointer der opstår i et argument eller debat, for at dække over hvad sagen egentlig handler om (Bonevac, 1990: 57). Et andet eksempel er "stråmand", som kan ses i sammenhæng med red herring. Her tillægges modparten fiktive holdninger der bruges til at nedgøre modparten. Denne fejlslutning ses typisk i politiske debatter, da der i de sammenhænge oftest er brug for at skabe argumenter til deres fordel (Bonevac, 1990: 58).

Stephen Toulmins argumentationsteori

Da Stephen Toulmin udgav bogen *The uses of argument* (1958) var det ikke normalt at fokusere på hvordan man brugte argumenter, eftersom det ikke var et fokusområde i det logiske studie af emnet (Nielsen, 2016: 104). Toulmins argumentationsteori gør oprør mod logikken og de formelle rammer der dominerer den, ved at han går væk fra at kun se sprog som noget formelt og vender sit syn mod sprog som en social handlingsform (Nielsen, 2016: 104).

Logisk type

Begrebet logisk type blev introduceret af Toulmin for at bedre kunne beskrive et arguments feltafhængighed i hans argumentationsteori. Han har aldrig direkte defineret begrebet, men andre har forsøgt at kategorisere områderne inden for begrebet i forskellige ytringstyper, som har formålet at gøre en af tre ting: beskrive virkeligheden, udstede normer eller udtrykke vurderinger (Nielsen, 2016: 106).

De tre ytringstyper kan derefter kategoriseres og opstilles i et skema, ud fra beskrivelserne af dem i *Argumenter i kontekst – introduktion til pragmatisk argumentationsanalyse* af Niels Møller Nielsen (2016).

Epistemiske	Vurderende	Normative
Beskrivende udsagn som omhandler noget fortidigt (var) (beretninger, erindringer)	Moralske domme (er forkert / rigtigt)	Moralsk/etiske regulativer (bør) (pligtrationelt)
Beskrivende udsagn som omhandler noget samtidigt (er) (iagttagelser, registreringer, beskrivelser)	Værdidomme (er godt / dårligt (- ønskværdigt / uønsket))	Andre regulativer (må, skal) (målrationalt)
Beskrivende udsagn som omhandler noget fremtidigt (vil blive) (fremskrivninger, udsigter, profetier)	Æstetiske domme (er noget smukt / grimt)	

Kilde: (Nielsen, 2016: 107)

Argumentfelt

Et begreb der har meget at sige inden for Toulmins argumentationsteori er argumenters felt. Et arguments felt er det, der er med til at afgøre hvorvidt et argument er gyldigt eller ikke, det vil sige at det er selve konteksten et argument dannes i, der har en rolle i hvordan man skal se et arguments rationalitet (Nielsen, 2016: 104-105).

Enthymener og syllogismer

Hvis et enthymem skal beskrives simpelt, er det en forkortet udgave af syllogismer. Hvor syllogismer har en overpræmis, underpræmis og en konklusion, så har enthymemet en implicit overpræmis, i nogle tilfælde er underpræmissen dog også implicit. Balancen mellem det der bliver sagt, syllogisme, og det der ikke bliver sagt, enthymem (Blizer, 1959), er bl.a. en analytisk betragtning, som går ind og fortæller om afsenderen sender en vellykket argumentation afsted til modtagerne (Jørgensen & Villadsen, 2006: 145).

Syllogisme:

- Alle grønlandere drikker meget
- Patrick drikker meget
- Patrick en grønlander

Enthymem:

- Patrick er en alkoholiker
- Han er jo også grønlander

De to eksempler viser hvordan man kan argumentere på to forskellige måder. I det første eksempel følger konklusionen automatisk præmisserne, men i det andet eksempel er det underforstået at alle grønlandere drikker meget, hvilket er en stigmatisering af det grønlandske folk.

Analyse af Trumps tale

Talen blev holdt i Trump Tower i New York, hvor den blev filmet (både sendt live og optaget), og på den måde spredt rundt via nyhedskanaler, sociale medier, og lignende.

Selve talen handler primært om hvordan Trump så USA's daværende position både nationalt og internationalt. Derudover inddrager han nogle informationer om sig selv og sin familie.

Overordnet set kan man opdele talen i ti forskellige emner, for at give et større overblik, samt finde ud af hvad han har fundet relevant at tale om i forbindelse med sin offentliggørelse af præsidentkandidaturet:

1. Indledning (Bilag 1, 1: 1-29)
2. Fjender af nationen (Bilag 1, 1: 30-48)
3. Økonomiske udfordringer USA kæmper mod (Bilag 1, 1-3: 49-95)
4. Obamacare (Bilag 1, 3-5: 96-131)
5. Trump erklærer at han stiller op til præsidentvalget (Bilag 1, 5-8 :132-212)
6. Kritik af USA's ledere gennem tiden - Ford sagen (Bilag 1, 8-12: 213-306)
7. Trumps personlige forhold og karriere (Bilag 1, 14-15: 306-348)
8. Trumps økonomiske model (Bilag 1, 13-15: 349-388)
9. Valgløfter (Bilag 1, 15-16: 389-451)
10. Afslutning af tale (Bilag 1, 17: 452-455)

Sprog- og argumentationsanalyse

Formålet med at lave en analyse af sprog og argumentation er, at få et billede af det rent tekstlige i talen. Altså at se på hvordan han argumenterer for sin sag, hvilke former for billedsprog og gentagelser der er, samt generelt set hvordan talen er bygget op.

Den klassiske disposition

For at se på det tekstlige i talen, er der blevet brugt den klassiske disposition af retstalen. Som nævnt tidligere består den af en femdelt disposition; indledning, sagsfremstilling, oversigt, bevisførelse og en afslutning (Jørgensen, Villadsen, 2009: 103).

Indledning (Bilag 1, 1: 1-29)

Formålet med indledningen er, at få tilhørerne til at vende opmærksomheden mod retor, samt at opnå deres samarbejdsvillighed (Jørgensen & Villadsen, 2006: 38). Talen indledes med, at Trump hilser på tilhørerne, og det sker i en uformel tone, "Wow. Whoa. That is some group of people. Thousands." (Bilag 1, 1: 1).

Trump fortsætter sin indledende manøvre med at anvende billedsprog: "And, I can tell, some of the candidates, they went in. They didn't know the air-conditioner didn't work. They sweated like dogs." (Bilag 1, 1: 7-8). Trump håner her kandidaterne til præsidentposten, ved at anvende en sammenligningsmetafor, som sætter kandidaterne i samme kategori som dyr. Det er en strategi, som skal sikre at tilhørerne, er klar over, hvor deres standpunkt bør være, og det er ikke hos modparten. Ved at anvende billedsprog, så får afsender fremmet et billede af modparten hos tilhørerne. Framingbegrebet uddybes yderligere i framinganalysen. Dermed får Trump skabt en modvilje mod modstanderne, som er kandidaterne til præsidentposten (Jørgensen & Villadsen, 2006: 106). Man kan dertil også påpege, at Trump også anvender en sarkastisk humor, hvilket er noget der fanger tilhørernes opmærksomhed.

Trump har også et andet formål med sin indledning, hvilket også lever op til den klassiske disposition. Trump fremsætter hovedpåstanden: "Our country is in serious trouble." (Bilag 1, 1: 9). Efterfulgt af belægget: "We don't have victories anymore." Der bliver dertil brugt gentagelse: "We used to have victories," efterfulgt af gentagelsen "but we don't have them." (Bilag 1, 1: 9-10). Disse gentagelser markerer værdien af hovedpåstanden. Endeligt er der anvendelsen af de to pronominer "vi" og "dem", som er særligt fremtrædende i indledningen, i forhold til "jeg" og "du". I sammenhold med vores teori afsnit med appellformer og observationen af fremkomst af disse pronominer viser, at retor forsøger at påvirke modtagernes følelser og hadforhold til modkandidaterne og fjenderne af USA. Pathosformen gør, at modtagerne kommer i rette stemning til talens videre indhold.

Sagsfremstilling (Bilag 1, 2: 30-48)

Ved fremstillingen af sagen ses det som tidligere nævnt fra retors synsvinkel, hvilket bør ytres kort, tydeligt og med plausibilitet narratio (Jørgensen & Villadsen, 2006: 106) (Bilag 1, 1: 9-22). Det er nu man begynder at ane, at retor ikke kan holde sig til formkravene i den klassiske disposition, og ytre sig kortfattet og tydeligt.

Rent tekstuel befunder vi os nu i et område, hvor retor anvender det personlige pronomen "jeg", hvilket indikerer at retor nu er i gang med at introducere sine egne synspunkter i talen (Bilag 1, 2: 30-38). Formålet med at anvende jeg-formen, er for at retor skal skabe sin ethos og pathos hos modtagerne. Det er dog svært at præcist fastsætte, hvilke sager retor vil fremhæve, da der

skiftes mellem at udpege fjendebilleder af USA. Eksempler på dette kunne være islamisk terror (Bilag 1, 2: 30), Irak (Bilag 1, 2: 34), Kina og Mexico (Bilag 1, 2: 56), og på samme tid anvender han "vi/vores" og "dem" mellem udpegningen af fjendebillederne, for at anvende fjendebillederne som belæg for hans påstande. Der kommer ikke noget sagligt belæg, for retors påstande mod fjenderne, heller ej mod påstandene om, at USA er i problemer på grund af fjenderne. Dette forsøger retor at kompensere for, ved skabe ethos og pathos. Det skaber her en afvigelse fra de simple formkrav, som tillægges den klassiske disposition, om at sagsfremstillingen skal være tydelig, simpel og sandsynlig.

Oversigt (Bilag 1, 2-4: 49-95)

I oversigten redegør Trump for de udfordringer USA kæmper med. Trump underbygger bl.a. sine påstande med tal, og anfægter at statistikkerne lyver om arbejdsløshedsprocenten. Kina og Mexico har alle jobs, fjenderne bliver stærkere, mens amerikanerne bliver svagere.

Bevisførelse (Bilag 1, 4-15: 96-388)

Bevisførelse omhandler bl.a. afsnittet om Ford, som er en fortsættelse af de sager Trump gennemgår i forbindelse med, at han netop har offentliggjort sit kandidatur til præsidentposten (Bilag 1, 5-8: 132). Afsnittet om Ford handler kort sagt om, at Trump er utilfreds med, at Ford som, oprindeligt havde til hensigt at etablere sig i Tennessee, nu ønsker at etablere sig i Mexico (Bilag 1, 8: 214). Trump anvender sin egen hypotese om, hvilken dialog han ville føre med Ford, hvis han blev præsident (Bilag 1, 8-12: 213-306). Denne hypotese fungerer som en bevisførelse for, hvorfor Trumps egne kommunikationsevner og evner som forretningsmand er bedre, i forhold til Trumps forestilling om, hvad de nuværende ledere kan tilbyde som løsning på problemet (Bilag 1, 9: 231).

I sagsfremstillingen kommer Trump med en løsning på Ford-problemet. Trump ytrer først, at han kender de gode forhandlere, og han betvivler ikke sine egne evner som forhandler. Trump vil ringe til Ford, og sige, at hvis de vil sælge biler i USA, så vil han som præsident opkræve en skat på bilerne (Bilag 1, 9: 231). Trump kommer med et bud på, hvad de nuværende ledere vil gøre. De vil lade sig dominere af Fords lobbyister og lade dem afvige fra skattekrav (Bilag 1, 9: 243-246). Nu har Trump sat scenariet op med en klog præsident, og de uvidende nuværende ledere. Derpå tilføjer Trump en konsekvens af de nuværende lederes hypotetiske ageren, og

siger: "They're going to take away thousands of jobs." (Bilag 1, 9, 248). Hvilket understreger hans bevisførelse, i og med han tilføjer en imaginær konsekvens. Trump forudsiger nu, i sin hypotese, at Ford vil kontakte ham. Trump vil selv betale, da han ikke har brug for lobbyister og donationer, idet han er rig (Bilag 1, 10: 253-257). Dette gør at Trump slutteligt i argumentationen, får nævnt sine egne evner, før han går videre til næste underemne.

USA har en gæld på \$18 billioner, et dårligt militær og dårlige atomvåben. Hertil kommer en påstand: USA's sociale sikkerhedsprogram afhænger af, at Trump investerer i programmet (Bilag 1, 10: 265-267). Trump skaber en todelt model, hvor der på den ene side er et klart billede af USA's økonomiske situation, hvor USA's gæld, militær og sociale program blottes. På den anden side fremhæver Trump sine egne evner, i form af rigdom, og status. Derudover afgiver han et valgløfte om, ikke at lukke programmet, da han vil redde det med sine egne penge. Herefter vender Trump tilbage til Ford-historien. Han vil kontakte sine forbindelser, "specielle interesser", lobbyister og donationer, så de vil nægte at hjælpe Ford med at betale den skat, som Trump hypotetisk vil fremsætte. Slutteligt vil Ford ringe til ham og sige, at de vil flytte firmaet tilbage til Tennessee (Bilag 1, 10: 268-274).

Trump nævner derefter Saudi-Arabien der tjener \$1 billion om dagen. Trump kan godt lide Saudierne, men han er også utilfreds med dem, idet de udnytter USA's velvillighed, til at bidrage med beskyttelse, uden betaling (Bilag 1, 11: 276-279).

Senere ytrer Trump, at Saudi-Arabien er afhængig af USA (Bilag 1, 11: 286-287). I den forbindelse retter Trump en kritik mod Obama, da Yemen ifølge Trump var en stor sejr, som Obama ødelagde. Der angives ikke et belæg til den påstand, så han fortsætter med at ytre, at: "De beholder altid alt udstyr", hvorved han mener at USA bliver snydt (Bilag 1, 11: 283-285). Trump præciserer ikke hvem "de andre" er.

Efterfølgende rettes der atter en kritik mod de forhenværende ledere. Trump indleder med at fortælle, at hans forudsigelser om Irak var korrekte, hvorefter han skifter emne til noget andet der er uden for kontekst (Bilag 1, 11: 288-290), nemlig et humoristisk indslag: "You know, all of these politicians that I'm running against now — it's so nice to say I'm running as opposed to if I run, if I run. I'm running." (Bilag 1, 11: 288-290). Det må antages at være en slags stemningsløfter, idet Trump retter megen kritik mod forskellige parter. Det er tunge emner, så

det kan virke opmuntrende, når Trump retter megen kritik mod forskellige parter, hvilket er forvirrende, i forbindelse med at holde styr på alle data.

Trump retter herefter sin kritik mod Bush. Det er en kritik, hvor Trump bl.a. betvivler Bushs intelligens, da det tog ham fem dage at besvare spørgsmål om Irak (Bilag 1, 11: 291-298). Trump opsummerer på sin sagsfremstilling, og konkluderer at de forhenværende og nuværende ledere, ikke har kompetence til at lede USA. Denne påstand underbygges med endnu et belæg; at Saudi-Arabien er mere kløgtige end de nuværende ledere, fordi Saudi-Arabien har alt olie (Bilag 1, 11: 299-302).

Trump afslutter sin tale med en dramatisk forudsigelse: "There is so much wealth out there that can make our country so rich again, and therefore make it great again. Because we need money. We're dying. We're dying. We need money. We have to do it. And we need the right people. So Ford will come back. They'll all come back. And I will say this, this is going to be an election, in my opinion, that's based on competence" (Bilag 1, 12: 303-207). Forudsigelsen er at USA er døende, og at Ford som deløsning på det kommer tilbage til USA. Dermed har Trump, i sin hypotese, løst problemet om Ford.

Afslutning af tale (Bilag 1, 17: 452-455)

Trump opsummerer i sin afslutning, med en redegørelse for sine valgløfter:

1. Obamacare skal lukkes ned.
2. Der skal bygges en mur mellem Mexico og USA, og Mexico skal betale for den.
3. Trump vil finde den rette mand til at få styr på militæret.
4. Iran skal stoppes, så de ikke kan erhverve sig flere atomvåben. Herunder kritiserer han Secretary Kerry.
5. Immigrationsloven fra Obama skal ændres.
6. Han vil støtte våbenloven, bedre kendt som The second Amendment. Denne lov omhandler retten til at bære våben.
7. I forbindelse med uddannelsessystemet vil han afslutte Common Core, fra Bushs tid. Undervisning skal ikke være et nationalt anliggende, men lokalt.
8. USA's infrastruktur skal genopbygges.
9. Medicare, Medicaid og social sikkerhed skal reddes, uden nedskæringer.

10. Genforhandle de forgangne økonomiske aftaler.
11. Reducere USA's gæld på \$18 billioner.
12. Styrke militæret og støtte veteranerne.

Det anbefales at afslutningen ikke leder for meget tilbage til indledningen, hvilket Trumps afslutning ikke gør (Jørgensen & Villadsen, 2009: 106). Den giver et løfte om at løse påstanden fra indledningen: "Our country is in serious trouble" som besvares i afslutningen: "Sadly, the American dream is dead. But if I get elected president I will bring it back bigger and better and stronger than ever before, and we will make America great again." (Bilag 1, 1: 9).

Indledningen holder sig til de formelle krav, som er i en klassisk dispositionstale. Indledningen fanger tilhøreres velvilje, anvender humor og billedsprog til at fange deres interesse og får skabt modvilje mod modparten.

Retor holder sig ikke til en simpel sagsfremstilling, men ved en tematisk gennemgang af Trumps tale, så kan vi se, at i sagens fremstilling, anvender retor pronominer som "vi/vores" og "dem" for at skabe afstand og anvender fjendebillederne mod USA som belæg for retors påstande. Sagsfremstillingen viser, at retor har svært ved at overholde de simple formkrav i talen. Der er ikke kortfattede og tydelige ytringer. Der skal også være plausibilitet i ytringerne, hvilket er svært at forholde sig til, idet der ikke er tydeligt sagligt belæg for påstandene.

Oversigten viser forholdsvis simpelt, hvilke sager der er markante i talen. Det er en opridsning af de faktorer, som bidrager og er skyld i USA's dårlige tilstand. Oversigtens pathos styrkes af de tal og henvisninger til statistikker der angives.

I bevisførelsen har vi som sagt taget udgangspunkt i Fordsagen, som anvendes til at eksemplificere de nuværende og forhenværende ledes manglende evner. I modsætning til Trump, der ifølge ham selv er præsidenten med de gode evner og med kompetence til at lede USA til succes. Bevisførelsen er ikke simpel, når man som læser og tilhører, skal forholde sig til de mange tematiske skift der er i talen. Der er dog et mønster i den måde Trump vælger at tale, og det er som nævnt i oversigten, at han skifter mellem at komme med påstande om USA's tilstand, og anvender kontinuerligt fjendebilleder som belæg.

I afslutningen, præsenterer Trump sine valgløfter, hvilket har til funktion at opsummere talen. Talen leder, som sagt ikke for meget tilbage til indledningen, derimod svarer den på de problematikker der angives i sagsfremstillingen og afgiver slutteligt et løfte til folket om storhed i sigte.

Dispositionen af Trumps tale viser, at den ikke er simpel og klar, trods et simpelt sprogbrug med få fremmedord. Trumps tale indeholder mange ord. Der er ca. 27.967 ord, med 9,5 ord pr. sætning i gennemsnit. Eksemplet om bevisførelse illustrerer på samme tid den overordnede struktur i talen. Hvorfor talen ikke kan konkluderes at overholde den klassiske dispositionsmodel, da talen ikke overholder formkravene om en simpel, kortfattet og plausibel sagsfremlæggelse og bevisførelse.

Gentagelser

Der er umådeligt mange gentagelser i Trumps tale, det er et gennemgående træk. Det er både ord, sætninger og argumenter der gentages. Gentagelser er et effektivt virkemiddel, fordi det gør, at modtagerne nemt kan forstå indholdet af talen. Taler kan ses som en spontan talehandling, som indeholder mange informationer.

“When Mexico sends its people, they’re not sending their best. They’re not sending you. They’re not sending you. They’re sending people that have lots of problems, and they’re bringing those problems with us. They’re bringing drugs. They’re bringing crime. They’re rapists. And some, I assume, are good people.” (Bilag 1, 1: 19-23).

Hvis vi kigger på ovenstående citering, så springer “they’re not” straks i øjnene. Sammentrækningen “They’re” er gentaget otte gange, og de otte gentagelser er allesammen anvendt, som at omtale mexicanerne som kriminelle, voldtægtsmænd m.m. Det er ikke gentagelser som skal give en positiv erindring hos modtagerne. Det er gentagelser, som skal understrege, at “de andre” er dem der bringer dårlighed til USA.

Konnotationer

Igennem talen er der en del konnotationer, negative som positive. Når Trump taler om folk der ikke er fra USA, har han en tendens til at bruge negative konnotationer. Dette kan bl.a. ses når han taler om mexicanerne. Her bruger han ord som “drugs”, “crime” og “rapists” (Bilag 1, 1: 22), til at sætte mexicanerne i dårligt lys, da han ved hjælp af disse ord, potentielt kan få sine modtagere til at associere mexicanere med stoffer, kriminalitet og voldtægtsmænd. Dette gør også at der bliver skabt et skel mellem “os” og “dem”, da han i forbindelse med de ovenstående påstande, gør det klart for modtagerne at det ikke er folk som dem, der bliver sendt idet han siger: “When Mexico sends its people, they’re not sending their best. They’re not sending you.” (Bilag 1, 1: 19-20).

Udover Mexico bliver der også uddelt negative konnotationer til landene Kina, Japan og Mellemøsten. Trump postulerer, at det er de førnævnte landes skyld, at tingene går dårligt i USA, men at han er den, der kommer til at redde landet. Et eksempel på dette ses da han siger: “I’ll bring back our jobs from China, from Mexico, from Japan, from so many places. I’ll bring back our jobs, and I’ll bring back our money.” (Bilag 1, 6: 141-142). Her er det tydeligt, at Trump har en idé om, at det er “dem” (Kina, Mexico og Japan) der tager USA’s jobs, ergo det er deres skyld, at der er nogle der er arbejdsløse i USA. Dog har Trump også fokus på, at han er løsningen på dette problem, da han siger: “[...] I’ll bring back our money.” (Bilag 1, 6: 142). Når han taler om at få amerikanernes jobs tilbage, opstår der en positiv konnotation i relation til ham, da han også bliver den der får arbejdsløsheden ned. På den måde får han opstillet sig selv som USA’s helt, og de andre lande som deres fjender.

Når Trump taler om sig selv, bliver der, som tidligere nævnt, gjort brug af positive konnotationer. Dette er dog ikke unormalt, da det som udgangspunkt giver god mening at man vil male det bedste billede af sig selv, hvis man gerne vil være præsident. Trump siger: “I will be the greatest jobs president that God ever created. I tell you that.” (Bilag 1, 5: 140). Her sætter han sig selv i sammenhæng med ord som “great”, “president” og “God”. Dette er alle ord der som udgangspunkt har positive ladninger, og det er hvad Trump vil have vi associerer ham med. Især når han bruger sætningen “that God ever created”, sætter han sig i en god position. Trump har en tendens til at omtale sig selv med en stolt tone. Selve sætningen her er et eksempel på

dette, da den har en undertone af at Trump er stolt af sig selv, og at andre burde se op til ham. Det kan man se ved, at han allerede konstaterer, at han kommer til at være den bedste præsident, som Gud har skabt, før han overhovedet er blevet valgt.

Billedsprog

I talen bliver der nogle steder brugt billedsprog. Som udgangspunkt kan billedsprog bruges til forskellige formål. Herunder bl.a. til at hjælpe med en forståelse af noget, hvis der bliver lavet en sammenligning eller metafor til noget mere velkendt end det omtalte emne. I den forbindelse kan det bruges til at forklare noget, der måske ikke kunne bringe samme følelse eller resultat, hvis det udelukkende blev forklaret faktisk.

Udtrykket “den amerikanske drøm” blev i første omgang brugt af James Truslow Adams i 1931, da han skrev bogen *The American Epic* (Clark, 2007). I bogen bliver det beskrevet som: “[...] that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to ability or achievement.” (Clark, 2007). Siden da er begrebet blevet brugt som symbol i USA som måden deres samfund fungerer og som en måde at motivere til at alle kan nå toppen, hvis man arbejder for det. I forbindelse med hvor lang tid begrebet har været en del af kulturen, samt hvor brugt det er, har det formodentlig skabt en værdi hos den amerikanske befolkning samt for nationalfølelsen, hvorfor det giver mening hvis Trump kan ramme nogle følelser ved at sige: “[...] the American dream is dead.” (Bilag 1, 17: 452).

Altså er begrebet den amerikanske drøm semantisk indlejret i amerikanernes kognitive underbevidsthed. Når der kommer en påstand om at den amerikanske drøm er død, bliver det et vendepunkt for befolkningen, og dermed er det en hentydning til at der skal gøres noget hurtigst muligt, da deres situation, ifølge Trump, er så alvorlig at en af deres nationale værdier, den amerikanske drøm, er død.

Dette på trods af at begrebet ikke er levende og derfor i princippet ikke kan dø, men følelsen af at symbolet forsvinder fra USA, synes at påvirke på samme måde som hvis det var ved at dø.

Et andet eksempel på Trumps brug af billedsprog ses også til slut i talen, da han siger: “Be careful of a bubble because what you’ve seen in the past might be small potatoes compared to what happens.” (Bilag 1, 17: 449-450). Her taler Trump om en økonomisk boble, som man kunne forestille sig, skaber en reference til den boligboble amerikanerne oplevede tilbage da

finanskrisen startede. Denne finanskrise resulterede i at mange amerikaneres liv blev forandret, da mange mistede deres arbejde og måtte begynde at leve af den offentlige støtte (Arrouas, 2015). Altså var den økonomiske krise noget der havde negative konsekvenser for mange borgere, hvilket kan påvirke dem når Trump siger at det man har oplevet, kan risikere at være “små kartofler” sammenlignet med hvad der er i gang med at ske. På den måde kan han, som nævnt i førnævnte citat, skabe en frygt og/eller nervøsitet hos modtagerne, samt et behov for at der skal ske ændringer og at de skal ske hurtigst muligt, så ikke denne påståede krise kommer og bliver endnu værre end hvad de allerede er gået igennem.

Argumentation

Da vi har en interesse for at vide hvordan Trumps tale er vellykket, er det dermed oplagt at se på de argumenter han bruger i talen. Spørgsmålet ligger i hvorvidt hans argumenter egentlig lever op til kravene for et argument, og dertil vil der blive gjort brug af argumentationsteorien for at belyse dette.

Gennem hele sin tale prøver Trump at argumentere for, og samtidig overbevise befolkningen om, at han er den bedste kandidat til at blive USA's præsident. For at kunne argumentere for dette, har han derfor været nødt til at komme med argumenter for hvordan han kan og vil forbedre USA, og dermed gøre “America great again” (Bilag 1, 17: 454). Dette er dog også ensbetydende med, at han ikke synes det går godt for USA, som han også påpeger ved at sige: “Sadly, the American dream is dead.” (Bilag 1, 17: 452).

Logisk gyldighed

Et eksempel hvor Trump taler om at gøre USA bedre eller godt igen, er når han siger:

“You look at these airports, we are like a third world country. And I come in from China and I come in from Qatar and I come in from different places, and they have the most incredible airports in the world. You come to back to this country and you have LAX, disaster. You have all of these disastrous airports. We have to rebuild our infrastructure.” (Bilag 1, 16: 437-440).

I dette argument taler han om “os” og “dem”. Han omtaler USA som et underudviklet land sammenlignet med lande som Kina og Qatar, da de har bedre lufthavne end i USA. Han mener at et skridt tættere på et bedre USA, ville være at få genopbygget deres infrastruktur.

Det interessante her er at vurdere om det er et gyldigt argument. For at det kan være et argument, må det indeholde et standpunkt, og en begrundelse for dette. I dette argument, er det tydeligt at standpunktet er at USA skal have opbygget sin infrastruktur, og begrundelsen for dette er, at andre lande har en bedre infrastruktur. Der kan konstateres, at det er et argument vi har at gøre med. Det interessante er nu at kigge på hvorvidt det lever op til kravene for at være et logisk gyldigt argument. Som tidligere nævnt, bliver logisk gyldighed bestemt ud fra bl.a. at argumentet ikke er selvmodsigende og andre faktorer. Det vil sige at der skal være en sammenhæng mellem præmisserne og konklusionen.

Argumentet kan sættes op således:

Første præmis er: I come in from China and I come in from Qatar and I come in from different places, and they have the most incredible airports in the world.

Anden præmis er: You come to back to this country and you have LAX, disaster. You have all of these disastrous airports.

Tredje præmis er: We are like a third world country.

Konklusionen er: We have to rebuild our infrastructure.

Umiddelbart ville man ikke kunne se, at det er et argument, da den ikke starter med en argumentmarkør. Såfremt det skulle have været tydeligt at se, at det netop var et argument, så skulle argumenternes præmisser have startet med eksempelvis; “da”, “følgelig”, “for” eller “idet”. Konklusionen kunne også have været tydeligere hvis den var blevet indledt med “derfor”, “heraf følger”, “så” eller “således”, da disse ord indikere at der kommer en konklusion.

Argumentet opfylder de krav der er nødvendige for at et argument skal godkendes som logisk gyldigt da præmisserne er acceptable, informative, forståelige og overbevisende.

Idet Trump informerer om sin holdning om lufthavne i andre lande og sammenligner dem med USA's lufthavne, viser det at argumentet er informativt. Da argumentet er forståeligt, informativt og følger kontradiktionsloven, ved ikke at være selvmodsigende, giver det en større sandsynlighed for at modtagerne bliver overbevist, og dermed accepterer argumentet. En

præmis der kan argumenteres for at være mindre forståelig, er da han siger at USA's lufthavne er som et tredje verdensland, da han ikke kommer med nogen videre forklaring om, hvordan lufthavne fra den tredje verden ser ud. Her kan man dog forestille sig at han gør det for at det hos modtagerne danner nogle billeder af hvordan en lufthavn i den tredje verden ser ud og dermed lave en sammenligning med USA's lufthavne. Hvis man kigger på argumentet isoleret set, så kan man stille spørgsmål ved relevansen af inddragelsen af de andre landes lufthavne, da de principielt ikke har noget at gøre med en eventuel genopbygning af USA's infrastruktur. Til gengæld kan der være en relevans i at lave en sammenligning af USA's lufthavne med andre, for at give en større forståelse af hvor, ifølge Trump, katastrofale USA's lufthavne er.

Toulmins argumentationsmodel

Baseret på ovenstående analyse, vil vi se på hvilket resultat Toulmins model giver ved at bruge det samme argument (Bilag 1, 16: 437-440). Idet vi gør brug af Toulmins model, er der andre ting der kommer i fokus, og andre begreber der kommer i spil. Det vigtige ved Toulmins model er samspillet mellem påstand, belæg og hjemmel.

Påstand: "We have to rebuild our infrastructure"

Belæg: "I come in from China and I come in from Qatar and I come in from different places, and they have the most incredible airports in the world. You have all of these disastrous airports."

Hjemmel: Kina og Qatar har de bedste lufthavne, og USA har dårlige lufthavne, derfor skal USA have en bedre infrastruktur.

Trump mener at dette gør USA til "third world country", hvilket selvfølgelig ikke er sandt, men alligevel antyder det en klart negativ udvikling. I argumentet har Trump påstanden og belægget, men set med Toulmins model har argumentet en del mangler. Trump bruger ikke konkrete styrkemarkører i form af fraser eller ord, men taler i stedet tautologisk. Det han siger er en selvfølge, i og med at han blot nævner sine egne observationer, men han gør det på en sådan måde at de fremstår som universel sandhed. Det er dog interessant at han skifter mellem at sige "you" og "I", da det får det til at lyde som om at det han selv siger, er lig med det folk skal synes. Når man ikke siger hvor usikker man er i sin påstand, gør den ikke nødvendigvis mere pålidelig. Det sender dog et signal om, at man selv tror at det man siger, er sandt. Trump vælger at satse

på at hans påstand vil blive accepteret, da han ikke har valgt at give sig selv det råderum som en konkret styrkemarkør kan give. Eksempelvis hvis han havde sagt “jeg synes vi skulle...” eller “jeg er næsten sikker på, at vi kan rette op på det, ved at...” i stedet for “vi bliver nødt til...”, havde han kunne sprede et budskab der kunne diskuteres, og dermed gå på kompromis med, i stedet for at stille det op som et forudbestemt ultimatum.

Trump anvender ikke gendrivelse, men det er heller ikke nødvendigvis hensigtsmæssigt i dette eksempel. At gendrive en pointe, der er tæt beslægtet på et essentielt samfundsproblem som infrastruktur, kan underminere ens politiske overbevisning ved at fremstå som dobbeltmoralisk, og dermed ikke være transparent. Vi mener derfor at Trump i denne sammenhæng har taget et klogt valg, ved at han ikke har lavet nogen form for gendrivelse i netop dette argument. Selv hvis han kunne afvise et modargument og derved forstærke sit eget via gendrivelse, så ville det arbejde imod den retoriske strategi han anvender i forhold til styrkemarkørerne som nævnt ovenfor. Det skyldes at han er kompromisløs i sine udtalelser, og det ville være mere dobbeltmoralisk at gå imod sin egen tautologi.

Derudover ses der heller ikke nogen rygdækning i argumentet. Det kan skyldes at Trump, som tidligere nævnt, har valgt en tautologisk tilgang til sin argumentation. Han nævner ingen eksterne personer eller lignende, der kan bekræfte hans påstande. Han giver desuden også det indtryk, at han ikke har brug for bekræftelse. Dette er til gengæld ikke et hensigtsmæssigt træk fra Trump, da der ingen konsekvenser er ved god rygdækning. Man kan så argumentere for, at hans argumenter er atypiske og personlige. Der kan være ulemper ved at forsøge at lave rygdækning på argumenter, hvis man er usikker på hvorvidt modtagerne faktisk er enig med ham. Det er en konsekvens af måden Trump taler på, da det er en tautologisk og personlig argumentation, som ikke tager udgangspunkt i andet end ham selv, og dermed ikke trækker på pålidelighed eller sikkerhed fra eksterne steder.

Logisk type

Da vi kiggede på argumentet set med Aristoteles' syn på argumentation, var det interessante at bestemme hvorvidt argumentet var logisk gyldigt. Ved Toulmins model kan dette også bestemmes, dog kaldes det i den sammenhæng, den logisk type.

Et eksempel på en ulogisk kombination er en værdidom der begrundes med epistemiske, beskrivende, og fremtidige virkelighed kan se således ud: vi ønsker frihed, ellers får vi aldrig demokrati. I denne analyse tages der udgangspunkt i hjemlen, for at lave en mere tydelig kombinationsanalyse. Analysen har til formål at bevise gyldigheden af den kontekst, som sendes ud til modtagerne. Hjemlen er: Kina og Qatar har de bedste lufthavne, og USA har dårlige lufthavne, derfor skal USA have en bedre infrastruktur.

Først vurderer afsenderen et æstetisk sammenligningsgrundlag, en vurderende beskrivelse, samt en værdidom fordi Kina og Qatar har de mest fantastiske lufthavne: “and get airports like China and Qatar because they have the most incredible airports, and we have these disastrous airport”. Den normative udstedelse identificeres derpå tekstuel, ved forekomsten af modalverber, derudover underbygger ytringen konklusionen: vi må genopbygge vores lufthavne. “We have to rebuild our infrastructure.” Dermed kan vi vurdere kombinationen i helhed og sætte det op, i henhold til Toulmins teori om logiske kombinationer (Toulmin, 2016: 105). En værdidom efterfulgt af et målorienteret regulativ og en almen viden om, hvad et tredje verdensland er, virker ikke logisk: Kina og Qatar har bedre lufthavne, derfor må USA genopbygge sine lufthavne, for ikke at ligne et tredje verdensland.

Som det kan ses i talen, er det ikke den eneste gang at Trump anvender en ulogisk kombination: “[...] I am a nice person. I give a lot of money away to charities and other things.” (Bilag 1, 12: 318-319).

Den implicitte overpræmis: Rige mennesker er søde.

Underpræmis: Trump er rig.

Konklusion: Trump er rar, fordi han er rig.

Argumentet indeholder et enthymem, idet der implicit bliver ytret at rige mennesker er rare. Hvis vi anvender Toulmins logiske type på samme konklusion, så er der først en vurderende dom over Trump, han er rar - en form for værdidom, som han forsøger at sende ud til modtagerne. Derpå et epistemisk beskrivende udsagn, som konstaterer, at rige mennesker er rare. Sagen er blot at dette argument også kan kombineres, som værende en normativ

regulering, moralsk ytring om at velgørenhed er en selvfølge, som argumenteres med en værdidom.

Fejlslutninger

Et andet eksempel der udadtil ikke ser ud til at være et argument, er da han siger:

“And, I can tell, some of the candidates, they went in. They didn’t know the air-conditioner didn’t work. They sweated like dogs. They didn’t know the room was too big, because they didn’t have anybody there. How are they going to beat ISIS? I don’t think it’s gonna happen.” (Bilag 1, 1: 5-8).

I dette eksempel er det svært at se, hvornår og hvordan det bliver til et argument. Påstanden indeholder præmisser, og der bliver konkluderet på noget. Dog er konklusionen noget irrelevant i forhold til præmisserne. Som nævnt tidligere, kan man sagtens komme med påstande, men det er ikke ensbetydende med, at der er tale om et argument. I dette tilfælde bliver der lagt op til et argument, men det lever ikke op til kravene for et gyldigt argument. Dette argument indeholder nemlig en fejlslutninger. Den første fejlslutning der kan argumenteres for at være til stede, er ad hominem. Dette kan ses da Trump inddrager ISIS³, og siger at de andre kandidater ikke kan slå ISIS. Den anden fejlslutning det kunne tænkes at være, er fejlslutningen red herring. I dette argument ville red herring, altså det misledende og irrelevante, igen være når Trump bringer ISIS på banen, og de andre kandidaters kompetence til at slå ISIS. Det er irrelevant, da han først og fremmest taler om, at de andre kandidater svedte grundet manglende airconditioning.

Et andet problem med Trumps argumentation ses ved, at han flere gange kommer med nogle påstande, uden at det virker til at han forklarer dem, og dermed laver det til et egentligt argument. Et eksempel på dette ses da han taler om at USA har kortene, men ikke bruger dem: “We have all the cards, but we don’t know how to use them. We don’t even know that we have the cards, because our leaders don’t understand the game.” (Bilag 1, 8, 202-203). Problemet med denne påstand er at han ikke forklarer hvilke kort og hvilket spil der er tale om. På samme måde forklarer han ikke, hvorfor USA’s daværende ledere ikke kendte til spillet og kortene.

³ ISIS: Islamic State of Iraq and Syria

Endnu et eksempel på en sådan påstand ses da Trump taler om Barack Obama og siger: “But he wasn’t a cheerleader. He’s actually a negative force. He’s been a negative force. He wasn’t a cheerleader; he was the opposite.” (Bilag 1, 5: 121-122). Her kommer han med påstanden om at Obama har været en negativ energi og at han har været det modsatte af en cheerleader. Ligesom med det andet eksempel, kommer han ikke med nogen forklaring på, hvorfor han mener at Obama har været en dårlig cheerleader. Trump siger også om Obama at han er en dårlig forhandler (Bilag 1, 6: 150-151), og at han har tænkt sig at spille golf, efter der kommer en ny præsident til posten (Bilag 1, 4: 91). Men der bliver ikke noget sted lavet en sammenhæng med om det er den information, det skal danne grundlag for ovennævnte påstand om at Obama er en negativ kraft.

Derudover bruger Trump til tider nogle uklare påstande, som synes at kunne forvirre modtagerne mere end at gavne. Dette kan bl.a. ses idet Trump taler om sin egen formue og værdi: “So the total is, \$8,737,540,00. [...] I’m doing that [annoncere værdi] to say that that’s the kind of thinking our country needs. We need that thinking. We have the opposite thinking.” (Bilag 1, 14: 373-378). Her virker det forvirrende at Trump taler om sin økonomiske værdi, hvorefter han siger at det er den form for tankegang landet har brug for. Ud fra citatet virker det som om han derved mener at man skal have en vis økonomisk værdi, for at have den rette tankegang til samfundet. Udover at påstanden i sig selv ikke giver mening, begrundes han heller ikke, for hvorfor man skal have denne værdi.

Appelformanalyse

Gennem analysen af appelformer, får vi først og fremmest et billede af hvordan Trump prøver at etablere sin troværdighed. Derudover kan vi også se hvordan han fremstiller sig selv, eller rettere sagt hvordan han gerne vil have at folk skal forstå ham - også forstået som hans ethos. Derudover ser vi på brugen af pathos og logos for at finde ud af hvordan han prøver at appellere til modtagerne.

Ethos

Rent indholdsmæssigt i talen har Trump en selvsikker tone. Dette ses bl.a. idet han taler om de bygninger hans organisation har stået for samt sin nettoformue:

“But here, a total net worth of [...] after all debt, after all expenses, the greatest assets — Trump Tower, 1290 Avenue of the Americas, Bank of America building in San Francisco, 40 Wall Street, sometimes referred to as the Trump building right opposite the New York — many other places all over the world. So the total is \$8,737,540,00.” (Bilag 1, 14, 368-373).

Her gør Trump det klart overfor modtagerne, hvor meget han er værd, og at han har haft ansvaret for mange bygninger, hvilket er med til at gøre ham mere troværdig som en succesfuld forretningsmand.

Han gør det også klart for modtagerne, at en af grundene til at han er succesfuld, ved at sige: “Well, I got it [renoveringsjob af Pennsylvania Avenue, the Old Post Office] for two reasons. Number one, we’re really good. Number two, we had a really good plan. And I’ll add in the third, we had a great financial statement. Because the General Services, who are terrific people, by the way, and talented people, they wanted to do a great job. And they wanted to make sure it got built.” (Bilag 1, 16: 430-433). Trump opbygger her sin troværdighed idet han fremstiller sig selv som en god og klog mand der derudover er rig og har meget ansvar. Derudover har han de gode forbindelser, og han arbejder med andre der er gode til deres arbejde (Bilag 1, 9: 225-226). Han prøver her, med ethosappellen, at få modtagerne til at stole på at han er i stand til at gøre, det han siger han vil gøre.

Endnu et eksempel på hvordan han fremstiller sig selv som succesfuld, sker i det førnævnte eksempel med sin offentliggørelse af præsidentkandidaturet. Her siger han:

“You know, all of my life, I’ve heard that a truly successful person, a really, really successful person and even modestly successful cannot run for public office. Just can’t happen. And yet that’s the kind of mindset that you need to make this country great again. So ladies and gentlemen ... I am officially running [...]” (Bilag 1, 5: 129-132).

Altså bliver der i dette citat nævnt, at der er brug for en succesfuld person til at stille op som præsident, og i den forbindelse offentliggør han at han stiller op, hvilket derfor tyder på at han mener, at han er den succesfulde person der er brug for. Ved at han flere gange nævner sin succes på arbejdsmarkedet, gør han publikum mere opmærksom på det, og der er samtidig mindre risiko for at det bliver glemt. Han prøver også på at få folket til at relatere til sig, når han siger:

“I started off— thank you— I started off in a small office with my father in Brooklyn and Queens, and my father said — and I love my father. I learned so much. He was a great negotiator. I learned so much just sitting at his feet playing with blocks listening to him negotiate with subcontractors. But I learned a lot.” (Bilag 1, 13: 333-336).

Når han siger, at han startede i et lille kontor med sin far, så prøver han både at henvise til at han startede fra bunden, og samtidig at han er gået fra det lille kontor, til at være en stor og kendt forretningsmand. Dog kan det diskuteres, hvorvidt det er Trump selv, eller mest af alt hans far, der er startet i et lille kontor, da Trump har sagt i et senere interview at han startede ud med et “lille” lån på 1 million dollars (Diamond, 2015). Da hans far skabte en formue estimeret, af familien, til et sted mellem 250 og 300 millioner dollars (Rozhon, 1999), kan Trump have ret i at en million dollars ikke er meget, men man kan stadig forestille sig at det er mange penge for majoriteten af borgerne i USA. Det vil sige at Trump prøver at sige noget om sin karakter. Han besidder ethos på mange måder her, da han påviser at han må have klogskab, være et anstændigt menneske og have velvilje for at have opnået den succes han har i dag. Dette skaber en troværdighed, som kan bruges til at få modtagerne til at acceptere det han siger.

Som nævnt i teoriafsnittet om Aristoteles, så kan afsenderen ikke selv bestemme, hvordan publikum modtager ethos. I den forbindelse kan man forestille sig at dette er en af grundene til at Trump flere gange gør modtagerne opmærksom på at han har haft tidligere succes, for at prøve på at få budskabet igennem til flest mulige. Hvis han i stedet havde nævnt at nogle af hans bygninger tjener mindre end hvad der blev estimeret (TheRealDeal, 2017), så havde han risikeret at hans ethos var blevet modtaget mere mistroisk og tvivlsomt for en præsidentpost. Det samme kan man tænke sig var sket, hvis han havde brugt sin tid i talen på at tale om sit

realityshow eller de gange han har optrådt som skuespiller i diverse film, tv-serier og reklamer (Morrow, 2018).

Pathos

Der hvor pathos kan komme til syne som appelform er bl.a. når Trump anvender sammenligninger, analogier og lignende. Et eksempel på dette ses i slutningen af talen, hvor Trump taler om tidligere økonomiske kriser: “Be careful of a bubble because what you’ve seen in the past might be small potatoes compared to what happens.” (Bilag 1, 17: 449-450). Ved at tale om at fortidens kriser kan hænde at være små kartofler sammenlignet med nutiden, giver det ham en mulighed for, som nævnt under afsnittet om billedsprog, at påvirke modtagernes følelser, især for dem der blev ramt af de forrige økonomiske kriser. Dette kan få modtagerne til at føle en form for frygt for fremtiden og dermed skabe behovet for at føle sig økonomisk sikker. Derudover prøver han også at appellere til følelsen frygt, og måske endda vrede, når han siger:

“We have a disaster called the big lie: Obamacare. Obamacare. Yesterday, it came out that costs are going for people up 29, 39, 49, and even 55 percent, and deductibles are through the roof. You have to be hit by a tractor, literally, a tractor, to use it, because the deductibles are so high, it’s virtually useless. It’s virtually useless. It is a disaster.” (Bilag 1, 3: 66-69).

Her henviser Trump til Barack Obamas sundhedsreform, kaldt Obamacare. Meningen med denne sundhedsreform var at give samfundet private og offentlige sygeforsikringer der var til at betale (ObamacareFacts, 2017). Problemet var dog, at da denne reform trådte i kraft, så medførte det nogle problemer for befolkningen. Den nye sundhedsreform krævede bl.a. alle borgere havde en sundhedsforsikring, hvilket betød at de borgere der ikke var forsikret, fik en bøde for det. Derudover blev skatten hævet, og dem der havde en højere indtægt, endte med at skulle betale højere skat (Healthline, 2015). Derfor har sundhedsreformen haft en modsat effekt på nogle af USA’s borgere, selvom den også har hjulpet mange borgere. Idet Trump kalder Obamacare en katastrofe viser han befolkningen, at han forstår dem der er blevet ramt hårdt, at han er på deres side, og på den måde bliver der etableret pathos. Man kan forestille sig at det for disse personer, giver en følelse af at blive hørt og forstået. Derudover kan det også gå hen og blive en følelsesmæssig appel, da dette udsagn kan have skabt frygt eller vrede hos

modtagerne. Frygten ville være i henhold til tanken om hvad de enkelte familier skulle gøre, hvis Obamacare ikke blev afskaffet.

Vreden kan komme i form af at befolkningen kan føle at de er blevet lovet en ting, men udfaldet var noget andet. Det vil sige at de er blevet lovet en sundhedsreform, der vil gøre livet lettere for dem rent økonomisk, men i stedet er det ikke alle USA's borgere, der har oplevet det.

En anden påstand der også kan appellere til følelser, her igen bl.a. frygt, er idet han taler om Mexicanere: "When Mexico sends its people, they're not sending their best. [...] They're sending people that have lots of problems, and they're bringing those problems with us. They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists." (Bilag 1, 1: 19-22). Dette kan være med til at skabe en frygt for at modtagernes sikkerhed er i fare. Samtidig kan påstande om at mexicanerne ikke er andet end problemer være med til at skabe afsky og fremmedhad. Hvis disse følelser og holdninger træder igennem hos modtagerne og der dermed opstår en modstand til mexicanske immigranter, kan man også forestille sig at denne modstand kommer Trump til gode, da han senere i talen taler om at bygge en mur på grænsen mellem USA og Mexico (Bilag 1, 15: 391-393).

Han appellerer især til modtagernes følelser når han taler om militæret, veteranerne og soldaterne. Man kan se, at han prøver at etablere pathos idet han siger: "We spent \$2 trillion in Iraq, \$2 trillion. We lost thousands of lives, thousands in Iraq. We have wounded soldiers, who I love, I love — they're great — all over the place, thousands and thousands of wounded soldiers." (Bilag 1, 2: 41-43). Han prøver her at appellere til de familier der er eller har været pårørende til sårede soldater og veteraner. Samtidig prøver han at skabe et bånd til de familier der har mistet nogen i krigen, ved at sige, at han elsker USA's soldater, og dermed også støtter dem. Han nævner derudover flere gange i talen, at det er vigtigt at der tages hånd om veteranerne og militæret, hvilket gør at han opbygger et endnu stærkere bånd til modtagerne (Bilag 1, 4: 114-115). Pathos ses også ved at han prøver at etablere en nationalfølelse, altså et sammenhold for alle USA's borgere. Denne nationalfølelse kommer af at han skaber et "os" og "dem" forhold, ved at stille Irak på den ene side og USA's soldater på den anden side. Dette skaber igen modstand, i form af fremmedhad, hvilket gør Irak til fjender af USA.

Logos

Flere gange gennem talen, præsenterer Trump eksempler på, hvordan USA har det økonomisk. Eksemplerne bliver ofte præsenteret gennem tal og statistik, hvilket bl.a. ses, da han taler om USA's gæld til Kina og Japan: "Right now, think of this: We owe China \$1.3 trillion. We owe Japan more than that. So they come in, they take our jobs, they take our money, and then they loan us back the money, and we pay them in interest, and then the dollar goes up so their deal's even better." (Bilag 1, 6: 143-145). Selvom han ikke direkte siger, hvor stor gælden er til Japan, siger han at den større end de 1,3 millioner dollars USA skylder Kina. Derudover bliver der nævnt, hvad konsekvensen er ved at disse penge skyldes væk, og at USA kun betaler renter.

Et andet eksempel på statistik i talen kan ses, da Trump taler om arbejdsløsheden: "Our labor participation rate was the worst since 1978. But think of it, GDP below zero, horrible labor participation rate. And our real unemployment is anywhere from 18 to 20 percent. Don't believe the 5.6." (Bilag 1, 2: 51-53). Inddragelsen af statistik om arbejdsløsheden er igen noget der appellerer til logos, da han forsøger at tale til folks sunde fornuft, ved at henvise til tal og fakta, mere end at tale til folks følelser. Dog kan det være en følge af eksemplerne. Det der skiller sig ud i det sidste eksempel, er at Trump sætter sig imod den offentlige statistik, da han mener at arbejdsløsheden er højere end de 5,6%.

Et andet sted i talen, hvor Trump kommer med et udsagn i forhold til USA's finansielle midler, er når han siger: "And remember the \$5 billion website? \$5 billion we spent on a website, and to this day it doesn't work. A \$5 billion website. I have so many websites, I have them all over the place. I hire people, they do a website. It costs me \$3." (Bilag 1, 3: 70-73). I denne sammenhæng er der stadig tale om logos, dog med en blanding af ethos, da han prøver at skabe en tillid til modtagerne. Indirekte siger han, at han har kompetencerne til at gøre forbedre samfundet og gøre det mere effektivt, ergo hvis nogen skulle gøre "America great again", så ville det være ham.

En ulempe ved at det er en tale der bliver fremført, og ikke en tekst der bliver læst, er at man er nødsaget til at huske de tal og statistikker som Trump henviser til. Det gør det svært for modtagerne at undersøge sandheden i hans påstande, da han heller ikke anvender kilder. Det gør at man skal tage en umiddelbar beslutning, mens man hører talen, om man er enig eller

uenig i de tal Trump nævner. Hvis han i den forbindelse formår at etablere sin ethos som troværdig, er der større sandsynlighed for at folk tror på sandheden i tallene og statistikkerne.

Framinganalyse

Målet med denne analyse er at se, om Trump bruger intentionel og hensigtsmæssig framing, og hvilken effekt det rent sprogteoretisk burde have.

Det første eksempel vi vil anvende, er da Trump fortæller om en reporter, der påpegede at Trump ikke er en rar person (Bilag 1, 12: 309-310). De fleste vil være enige i, at det at være et rart menneske er en god ting. Mere specifikt mener vi også at det er generel konsensus, at man gerne vil have, og derfor stemmer på, ledere der er rare mennesker. Først påpeger Trump accepterende, at han ikke ved hvordan han får folk til at stemme på sig, når han ikke er et godt menneske. Derefter siger han, at han bestemt er et godt menneske. Det interessante er hans forsøg på at reframe modtagernes mening om hvilke kvaliteter der er bedst at besidde, hvis man skal lede USA: "But, I said, "This is going to be an election that's based on competence, because people are tired of these nice people." (Bilag 1, 12: 320-321).

Uden at gå dybere ind i problematikken om hans argumentation, er dette et klart angreb på en eksisterende norm. Han anerkender det selv, i og med at folk er trætte af rare, og forsøger at skifte det ud med competence. Hele vores forståelse af hvad politiske valg er baseret på bliver altså problematiseret igennem Trumps fremhævnings. Selvom vi med dette eksempel som sagt ikke går i dybden med argumentationen, så er det stadig værd at pointere at dette forsøg på fremhævnings virker, på trods af et klart brud på normen for god argumentation. Det er et eksempel på interaktionen mellem, og i dette tilfælde også ophævelsen af, forskellige sproglige virkemidler. Hvis denne reframing rent teoretisk virker, så er argumentationen forholdsvis ligegyldig.

Et andet eksempel, er da Trump prøver at skabe et skræmmebillede gennem framing. Trump påstår, at hvis USA ikke laver ændringer, så ender USA op som Grækenland: "That's when we become Greece. That's when we become a country that's unsalvageable." (Bilag 1, 15: 386-387). Der refereres i denne sammenhæng til Grækenlands økonomiske udvikling de seneste år (Ferdman & O'Brien, 2015). Trumps efterfølgende sætning er dog en indvending han selv

kommer med, som ikke er en del af det Grækenland, som på globalt niveau er kognitivt indlejret i en nationaløkonomisk sammenhæng. At sige at USA potentielt bliver til Grækenland er negativt, men at sætte ordet “unsalvageable” i forbindelse med dette, giver påstanden et aspekt af nødvendighed. Han kobler en problematiseret frame til noget, der konnoterer et krav om direkte handling. Det implicitte er her, at han er den der kan stå for handlingen. Definitionen af “unsalvageable” fordrer netop, at noget ikke kan gøres om, og dermed skal forhindres. Han har med disse korte sætninger inddraget sig selv som løsningen på et fremhævet problem, ved at inkludere et meget ladet begreb, netop “unsalvageable”.

Derudover anvender Trump framing, når han prøver at skabe et forhold mellem “os” og “dem”. Her er der tale om Mexico, Kina, Mellemøsten, og de andre lande han nævner som “dem”, og USA’s borgere inklusiv ham selv, som “os”. Når Trump taler om “de andre”, sørger han for at de bliver nævnt i sammenhæng med negative emner: “They’re building up their military to a point that is very scary. You have a problem with ISIS. You have a bigger problem with China.” (Bilag 1, 8: 209-210). Her får Trump sat Kina i en dårlig position, når han siger at de er værre end ISIS. At ISIS overhovedet bliver nævnt, sætter gang i nogle frames hos modtagerne, da ISIS er meget semantisk indlejret i USA’s, hvis ikke hele verdens, bevidsthed (Newsweek, 2017). Terrorgruppen ISIS har i længere tid været et negativt emne i USA, og sætter derfor gang i en masse skrækscenarier, hvilket er hvad Kina bliver framet til at være i sammenhæng med. USA har allerede en kamp mod ISIS, og når Kina er i samme kategori, så er det også ensbetydende med at de også er USA’s fjender. Trump får gjort det klart, at Kina udgør en trussel for USA, og han skaber et splid mellem “os” og “dem”.

Trump forsøger derudover gennem hele talen at få etableret forholdet af “os” og “dem”, ved at bruge ordene “vinde over” eller “fjender”: “When was the last time anybody saw us beating, let’s say, China in a trade deal? [...] When did we beat Japan in anything? [...] When did we beat Mexico at the border?” (Bilag 1, 1: 10-15). Landene Kina, Japan og Mexico bliver sat i en kategori som “de andre”, og Trump framer dem, som var de trusler mod USA. Når han tilspørger publikum, hvornår vandt vi over “dem” sidst, så bliver publikum gejet op, hvilket gør at “de andre” bliver gjort til fjendtligt mål eller problem. Han får det til at virke som om at USA er i en konkurrence mod “de andre”, hvor “de andre” er det der forhindrer USA i at vinde. Det er en fordel for Trump, at han framer “de andre” til at være relateret til noget negativt, da han på den

måde får USA's befolkning til at føle sig som en samlet enhed. Dette medfører at der kommer et skel mellem "os" og "dem".

Positioneringsanalyse

Trump viser flere gange i talen, at han kategoriserer på forskellige måder. Han anvender også analogier og digressioner, som tidligere påvist. Et af vores fokuspunkter for positioneringsanalysen, vil være at forsøge at skabe en forståelse af hans mere avancerede positioneringsforsøg, og derefter fortolke og diskutere om hvorvidt de burde virke, og om de umiddelbart har haft den intendede effekt, baseret på ekstern respons. Det gør at man sagtens kan finde utallige små positioneringsforsøg, i form af konkrete, enkelte ordvalg, metaforer eller modalverber og lignende. Det er dog ikke nær så spændende eller dybdegående i en analysemessig sammenhæng. Desuden er noget af det mest interessante i denne sammenhæng også, at tekstens form giver en unik mulighed inden for positionering; nemlig at kunne opsætte rammer mere frit end i en normal samtale, i og med at han er den eneste i "samtalen" der rent faktisk taler.

Det første eksempel vi vil undersøge, er hans komplicerede forsøg på at skabe et "os" og "dem" forhold med Kina, men samtidig positionere sig selv positivt i forhold til dem. Det er altså en kombination af interaktiv og reflektiv positionering. Vi har en anelse om at Trump på forhånd ved, at Kina er et ømt punkt for amerikansk politik, og at han derfor skal være påpasselig med sine udtalelser: "When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal? They kill us. I beat China all the time." (Bilag 1, 1: 10-11). Selvom han anvender billedsprog, så postulerer han at Kina dræber USA, i forhold til handelsaftaler. Han bygger et hierarki op, hvor Kina er USA klart overlegne. I den efterfølgende sætning, siger Trump at han selv vinder over Kina hele tiden. Hvis vi skal følge Trumps forsøg på den teoretiske positionering, har vi altså USA nederst, Kina i midten og Trump i toppen. Det giver Trump et belejligt fjendebillede, i form af USA og Kina, men også sig selv en rolle som individ, der kan hjælpe USA med at overkomme selv samme fjende. Han siger senere at Kina har amerikanernes jobs (Bilag 1, 2: 56), og får forbundet fjendebilledet med et konkret samfundsproblem.

Efter nogle digressioner siger han: "I'll bring back our jobs from China, from Mexico, from Japan, from so many places." (Bilag 1, 6: 141). Igen har Trump iscenesat en situation hvor han, som

tidligere nævnt, fremhæver et problem og foreslår en løsning på det. Han har dog over flere sætninger, positioneret sig selv som en løsning på dette problem. En af grundene til at han kan gøre dette, vil vi argumentere for, ligger i den sproglige magt han udøver i sin udførelse af talen. Han siger ikke bare "Kina har vores jobs, det er dårligt, jeg vil få dem tilbage, og derfor skal i stemme på mig". Dette ville have været et overbevisende argument, hvis det var sandfærdigt, men det er ikke hvad Trump valgte at gøre.

Ligesom med framing og reframing, er positionering noget der underbevidst sker, når vi bliver udsat for forskellige fænomener i vores omgivelser. Disse fænomener kan som nævnt både være hensigtsmæssige, som i Trumps tilfælde, eller uhensigtsmæssige og relativt tilfældige da der kan være uendeligt mange små faktorer der spiller en rolle i enhver given kontekst vi befinder os i. Derfor er Trumps ordvalg så vigtige, da han så vidt som muligt skal undgå at sætte sig selv i en uønsket situation. Hvis han siger, at Kina er en nation der skal frygtes, og ikke får sig selv etableret som værende manden til at tage præsidentrollen, falder hans positioneringsforsøg sammen. Derfor kan det ses som værende klogt af Trump, da han har valgt at sprede konkrete positioneringsforsøg ud i flere dele af talen. Han har indlejret nogle overvejelser og meninger i modtagernes hoveder, og skiftet fokus til noget andet, før folk når at skabe deres egne konkrete meninger. Derfor styrker hans analogier dette positioneringsforsøg, da han kun vælger at komme med succes historier omkring sig selv, eller dårlige historier om sine rivaler. Denne måde at tale på bruger han også om andre nationer, politikere og socialklasser igennem talen.

Et andet eksempel på at han bruger positionering, er når han forsøger at skabe en sammenhæng mellem sig selv og den dominerende klasse, set i relation til Bourdieus model, det sociale rum. Han positionerer sig selv som en del af den dominerende klasse, når han taler om hvor succesfuld han er som forretningsmand. Dette kan ses i eksemplet nævnt tidligere, hvor han taler om de bygninger hans organisation har stået for. Der bliver refereret til den sociale kapital han besidder, når han nævner for publikum, at han har mange gode forbindelser, og at han derfor kender mange der vil hjælpe ham når han siger til (Bilag 1, 4: 108-109). Samtidig virker det vigtigt for ham at vise at han har meget økonomisk kapital, ved at han ofte nævner at han har mange penge, i og med at han er en succesfuld forretningsmand (Bilag 1, 13: 332). Når han taler om sine firmaer og forbindelser i samfundet, refererer han til den anerkendelse han selv

mener at han har. At folk ved hvem Trump er, gør også at han får opbygget en form for anerkendelse, som kan knyttes til den kulturelle kapital i den institutionaliserede form.

Det der kendetegner den dominerende klasse, er at man har meget økonomisk eller kulturel kapital, at Trump besidder begge, gør at han tilhører den dominerende klasse. Derfor er det i princippet ikke nødvendigt, at han positionerer sig som en del af den dominerende klasse.

Trump formår altså en række ting i forhold til positionering. Blandt andet lykkedes det ham at skabe debat, både nationalt og internationalt, eksempelvis omkring Kina, og dermed succesfuldt etablere sit hierarki, der opstiller ham som den foretrukne præsidentkandidat. Nogle steder i talen ender han dog ud i nogle situationer, hvor hans analogier skaber nogle roller som er negative, eller slet og ret ikke er nødvendige til at starte med. Han formår dog, med hjælp fra andre faktorer, som vi kommer ind på senere at skabe nogle relativt komplementære subjektpositioner for sine følgere, og endda sine modstandere.

Vi vil overordnet sige, at Trump har haft en kreativ tilgang til at positionere sig selv, specielt gennem den spredte positionering i starten af talen.

Opsamling

Formålet med de ovenstående analyser er at få en idé om hvilke sproglige virkemidler Trump gør brug af i sin tale, for bedst muligt at kunne besvare vores problemformulering.

Vi kan konkludere fra vores analyse at Trump anvender et simpelt sprogbrug i talen, der både er kortfattet og forståeligt for de fleste. Han gør brug af en del gentagelser, samt noget billedsprog for eventuelt at give modtagerne en større eller alternativ forståelse for de ting han siger. Generelt virker det til at hans brug af både gentagelser og billedsprog følger idéen om at overdrivelse fremmer forståelse. I forlængelse heraf bliver der gjort brug af konnotationer, hvor de mere positive ofte omhandler ham selv og de mere negative generelt anvendes om andre lande eller politikere.

Hvorvidt hans argumentation er gyldig eller ej, kommer an på hvilken teoretiker man bruger til at se på det pågældende argument. Dog lader det til at Trump har nogle fejlslutninger i sin tale,

samt en del steder hvor han kommer med en påstand men ikke synes at komme med en videre understøttelse, der vil gøre påstanden til et egentligt argument.

Ser man på brugen af appelformer, har vi efter analysen fået et klart billede af, at det er vigtigt for Trump at etablere et ethos som succesfuld og alvidende når det kommer til samfundet og specielt USA's økonomi. Vi ser en tendens til at der i talen kommer flere eksempler på, hvilke bedrifter Trump har gjort sig, og eksempler på at han ser sig selv som den ultimative præsident. Der bliver generelt set mest appelleret til logos i form af tal og statistikker, for at give modtagerne noget konkret at forholde sig til, mere end der bliver appelleret til modtagernes sunde fornuft på andre måder. Derudover lader det til at pathos spiller en rolle i talen, blandt andet ved brugen af det førnævnte billedsprog. Endvidere lader det til at være en tendens til at han prøver at påvirke modtagerne med negative følelser i sin omtale andre lande. Mens det specielt er en nationalfølelse og stolthedfølelse, eller en såret nationalfølelse, der sandsynligvis vil ramme amerikaneren i de ting Trump siger om USA.

Gennem framinganalysen har vi oplevet at Trump, har prøvet at reframe visse ting, der synes at være til hans egen fordel. Eksempelvis det tidligere nævnte eksempel hvor Trump er blevet beskyldt for ikke at være et rart menneske. Derudover bliver framing rigtig relevant idet han prøver at danne et skræmmebillede for modtagerne ved at inddrage Grækenland. Et andet sted vi ser inddragelsen af andre lande, er da Trump flere gange i talen, skaber en distance mellem "os" og "dem".

Et eksempel på dette fandt vi også i positioneringsanalysen, hvor han igen laver en distancering mellem "os" og "dem" da han taler om Kina. Samtidig konkluderer vi at Trump bruger positionering til at sætte sig selv som en del af den dominerende klasse og som en succesfuld og vigtig forretningsmand. Udledt af analysen, lader det til at Trump har draget nytte, bevidst eller ubevidst, af det faktum, at kommunikationsprocessen i dette tilfælde er en tale, og ikke en typisk samtale.

USA's kultur

Dette afsnit indeholder nogle basis fakta om USA's kultur og derefter nogle fakta omkring, hvilke karakteristika der beskriver Trumps vælgere. Den første halvdel om USA's kultur, som generelt bliver lavet ud fra Geert Hofstedes kulturdimensioner (Bilag 4), der er delt op i seks dimensioner, giver et overordnet billede af hvordan kulturen er bygget op. Ved at se på det samfund Trump taler til, kan det hjælpe med at give en idé om, hvorfor han inddrager de ting i talen, som han gør. Samtidig kan det give et billede af, hvorfor de ting han siger muligvis kunne påvirke amerikanerne. Denne del handler primært om selve talen og modtagerne, hvor den anden halvdel af afsnittet handler om, hvem der senere reelt set, har valgt at stemme på Trump. Dette hjælper med at se på, hvorvidt det er bestemte grupper af de amerikanske borgere, der havde tendens til at stemme på Trump, samt hvorfor de kan være den gruppe der har stemt på ham.

Man kan se på diagrammet i bilag 4, at der generelt set er en lille magtdistance i USA. Dette betyder bl.a. at de generelt i samfundet ikke har særligt meget hierarki, og i den forbindelse også at man kan få lov til at sige hvad man vil. Da der ikke er så opdelt et hierarki, skal Trump tænke en del over hvad han siger, fordi det ikke er en selvfølgelig at folk lytter til ham blot fordi han stiller op til valget eller fordi han er rig. Nødvendigheden i at Trump skal gøre sig selv vigtig for folket, samt få deres opmærksomhed og stemme, ses også ved analysen af ethos, hvor Trump virker til at gøre en del for at etablere et ethos der bliver opfanget som succesfuld. Man kan forestille sig at USA har stor tilknytning til kendte mennesker, hvilket man specielt ser i brugen af kendte i reklamer, film, politiske sammenhænge, og lignende. På trods af det faktum at Trump har været med i diverse medieproduktioner, måske ikke har været godt for at bygge en tillid til ham som præsident, så har det med stor sandsynlighed gjort at flere mennesker allerede vidste, hvem han var og i den forbindelse synes at han ville være interessant at høre på.

Ser man videre på Hofstedes kulturdimensioner (Bilag 4), fremgår det at der en stor del af individualisme i USA, hvilket betyder at det handler om en selv og ens nærmeste, mens det handler mindre om det kollektive i samfundet. I forlængelse deraf hænger individualismen i USA også sammen med at man, samtidig med at man sørger for sig selv og sine nærmeste, sørger

for at have styr på sin økonomi og generelt set ikke afhænger særlig meget af staten. Når man ser på dette behov for at tage vare på sig selv, og at det nærmest ligger som en værdi i samfundet, giver det mening hvis det påvirker amerikanerne, når Trump taler om arbejdsløsheden. Specielt idet han siger: “But the real number [arbejdsløshedsraten], the real number is anywhere from 18 to 19 and maybe even 21 percent, and nobody talks about it [...]” (Bilag 1, 3: 57-58). Altså mener han at den rigtige arbejdsløshed ligger et sted mellem 18% og 21%, hvilket vil sige at omkring en femtedel af folk der principielt kunne være i arbejde, ikke er det. Dette kan som konsekvens kræve hjælp fra det offentlige, hvis en husstand kun har én fast indtægt. Dette bliver besværliggjort for disse personer at være individuelle og tage vare på sig selv og deres tætteste som kulturen lægger op til. En anden faktor der spiller ind ved individualiteten, er også at alle har lige muligheder og rettigheder, hvilket spiller en rolle i tankegangen om den amerikanske drøm, hvor alle har samme mulighed for at kæmpe sig vej til toppen og gøre som man selv vil. Altså handler det kort sagt om at hver mand er sin egen lykkes smed, samt at man har muligheden for at være det, trods at det nogle gange kan være svært, hvilket man bl.a. ser ved arbejdsløshed.

I forhold til det ovennævnte, kan man se på bilag 4 at der også generelt set er en relativt høj maskulinitet i USA, hvilket igen hænger godt sammen med idéen om den amerikanske drøm. Maskulinitet handler i dette tilfælde specielt om den konkurrencementalitet der eksisterer i det amerikanske samfund. Det handler fra barnsben om at være den bedste man kan og gerne den bedste i det hele taget. I den forbindelse handler det også om at kunne vise eller fortælle om sin succes til andre (Hofstede, 2018). Kigger man tilbage på Trumps tale, så handler hans tale også om konkurrence, både mellem ham og andre politikere, men også specielt konkurrence mellem USA og andre lande. Et eksempel på konkurrencementaliteten med andre lande, ses allerede helt i starten af talen, hvor han siger:

“We don’t have victories anymore. We used to have victories, but we don’t have them. When was the last time anybody saw us beating, let’s say, China in a trade deal? [...] When did we beat Japan in anything? [...] When did we beat Mexico at the border?” (Bilag 1, 1: 9-15).

Her ser man at USA, ifølge Trump, er i konkurrence med alle andre lande, samtidig med at han siger at USA ikke har nogle sejre længere. Hvis man ud fra maskulinitetsdimensionen i

diagrammet, konkluderer at mange, hvis ikke størstedelen, af amerikanerne har den samme konkurrencementalitet, så kan man forestille sig at en udmelding som ovenfor, sætter skub i nationalfølelsen hos talens modtagere, og giver en følelse af at der skal ske nogle ændringer, der får USA til at sejre igen. Derudover kan man se den individuelle konkurrence skinne igennem hos Trump, bl.a. da han taler om de andre kandidater, samt Obama og da han længere henne i talen hævder at han vil blive den bedste præsident, som Gud har skabt (Bilag 1, 5: 140).

Trumps vælgere

I selve talen, da Trump informerer at han stiller op som præsident, siger han: "So ladies and gentlemen... I am officially running... for president of the United States, and we are going to make our country great again." (Bilag 1, 5: 132-133). I dette citat bliver det gjort klart at de tiltænkte modtagere i talen er USA's befolkning. Nærmere specifikt, kunne man forestille sig at talen specielt går ud til den del af befolkningen der kunne stemme til det daværende valg. Derudover at talen går ud til det publikum, der var fysisk til stede til talen. Man kan også se mere specifikt på vælgerne i USA, hvor man kan forestille sig at republikanerne er de primære modtagere. I det tilfælde vil de sekundære modtagere være demokraterne og andre eventuelle vælgere.

Efter valget er der blevet lavet forskellige statistikker og sat profiler på, hvem der helt præcist stemte på Trump. Nyhedsmediet *The Atlantic* skrev i 2016 en artikel indeholdende karakteristika af Trumps vælgere, hvor et af de mest fremtrædende karaktertræk viste sig at være, at hans vælgere ikke følte at de selv havde nogen stemme (Thompson, 2016). Artiklen dækker en undersøgelse fra RAND Corporation, der viser at 86,5% af Trumps vælgere var enige i udmeldingen: "People like me don't have any say about what the government does." (Thompson, 2016). Denne følelse ses tydeligt ved Trumps følgere, specielt når man ser på den, af de fem sammenlignede kandidater, der kommer tættest på Trump, nemlig Bernie Sanders. Ud af hans vælgere, er det kun otte procent der er enige i ovennævnte udmelding.

Derudover virker der til at være en stor støtte for Trump hos dem der tjener under \$50,000⁴ om året, samt at mange af hans vælgere ikke er i besiddelse af en universitetsgrad (Thompson, 2016). Ved disse karaktertræk af Trumps vælgere, kan man forestille sig at det er rigtig vigtigt at Trump gør en del, som diskuteret i analysen, for at etablere sit ethos som troværdig.

⁴ ≈ 315.970 DKK (estimeret ved Nordeas valutaomregner 22.05.18).

Her kan det bl.a. være relevant at han prøver at sætte sig i underklassens og middelklassens sted, da han siger at han startede med sin far på et lille kontor (Bilag 1, 13: 333). Derudover kan man forestille sig at følelsen af en troværdig politiker er rigtig vigtig for folk der har følelsen af ikke at blive hørt, hvis de føler de har en politiker der taler for dem, samt en de stoler på, står ved sit ord. I den forbindelse er det derfor også vigtigt at alt andet i talen hjælper til at støtte dette formål, hvad enten det gælder positionering, framing eller argumentation.

En anden artikel der også omtaler demografien for Trumps følgere, er en artikel skrevet af Nate Cohn for The New York Times. Også i denne artikel bliver der lavet en karakteristik af Trumps følgere som nogle der ofte ikke har en højere uddannelse (Cohn, 2015). Dette betyder dog ikke at ingen af Trumps vælgere har hverken bachelor- eller kandidatgrader, hvilket bliver vist i en infografik, der viser demografien over vælgerne (Bilag 3). Derudover bliver der i artiklen diskuteret hvilke områder der støtter Trump mest, specielt med fokus på hvilke holdninger de forskellige geografiske områder har til forskellige etniciteter. I forhold til det skriver Cohn:

“That Mr. Trump’s support is strong in similar areas does not prove that most or even many of his supporters are motivated by racial animus. But it is consistent with the possibility that at least some are. The same areas where racial animus is highest in the Google data also tend to have older and less educated people, and Mr. Trump tends to fare better among those groups [...]” (Cohn, 2015).

Altså bliver der forklaret at selvom man ikke kan sætte alle Trumps vælgere ind i samme kategori, som også bliver vist ved ovennævnte infogram, så er der stadig nogle ting der tyder på at nogle af Trumps følgere har flere ting til fælles end at følge samme politiske holdning. Skulle Cohns teori om at i hvert fald nogle af Trumps vælgere er motiverede af et racemæssigt motiv, kan det forklare en eventuel virkning af Trumps inddragelse af andre lande og kulturer. Her er det både med tanke på den førnævnte konkurrencementalitet, at disse vælgere højst sandsynligt gerne vil være bedre end de andre lande, og måske med et ekstra behov for denne sejr, hvis der er noget racemæssigt indblandet og ikke kun den allerede eksisterende konkurrence. Derudover kan det være i forhold til Trumps påstande om mexicanere (Bilag 1, 1: 22), hans påstand om Kina som værende et større problem end ISIS (Bilag 1, 8: 209-210) eller Irak ikke udnytter den hjælp USA giver dem (Bilag 1, 2: 44-45).

Altså ser man på USA's kultur generelt samt karakteristikken mere konkret for Trumps vælgere, kan man se at der er faktorer i talen, der kan have virket som middel for Trump, hvad end det har været bagtanken eller ikke. Talen virker kulturmæssigt til at kunne falde i god jord hos modtagerne, hvis man ser på nogle af de ting der bliver inddraget til at kunne udløse amerikanernes stolthed og konkurrencementalitet. I forbindelse med dette kommer individualismen også frem ved Trump selv, idet han taler om sig selv og sin succes, men også specifikke problemer som arbejdsløsheden der kan være med til at have påvirket vælgerne i forbindelse med et eventuelt problem i at være sin egen lykkes smed. I forhold til Trumps vælgere kan man også forestille sig at der, som nævnt i de ovenstående afsnit, kan være en sammenhæng mellem de ting Trump har nævnt i talen og hvem der har stemt på ham.

Diskussion

I dette afsnit vil vi med udgangspunkt i vores analyse, diskutere nogle af vores delkonklusioner, men også nogle af de lidt mere omdiskuterede omdrejningspunkter i og omkring talen. Heriblandt vil vi komme ind på genrebestemmelse, modtagernes karakteristika og det sociale rum.

Umiddelbart ville man tro, at talen er politisk, da Trump offentliggør at han stiller op til præsidentvalget. Det store spørgsmål er så, om Trumps tale opfylder kravene til at være en politisk tale, eller hører denne tale til en af de to andre genrer, som Aristoteles definerede?

Talen bærer præg af en politisk tale, ved at Trump omtaler hvad der skal ske i fremtiden for USA. Da Trump stiller op til præsidentvalget, så er det oplagt at han i sin tale nævner det han ønsker at gøre for USA i fremtiden. Det er Trumps opgave at vise, at han kan se fremadrettet, og på den måde også vise befolkningen hvad han har at byde i forhold til USA's fremtid. Et eksempel på dette kunne være, når han taler om arbejdsløshed i USA (Bilag 1, 2: 55-56). Trump taler især her om en bekymring for USA's fremtid. Trump mener, at der i fremtiden skal ske forandringer, da USA har nok problemer i forvejen, hvor arbejdsløshed og økonomi er nogle af dem. Han fremhæver at han førhen har skaffet 10.000 mennesker jobs (Bilag 1, 13: 349-350). Det vil sige at han besidder evner der, ifølge ham selv, kan hjælpe USA's befolkning i arbejde igen (Bilag 1, 5-6: 140-142).

Selvom talen har mange fremtidige mål, så er der også aspekter af en lejlighedstale. Et af formålene med talen er nemlig at fange og styrke publikums engagement. Publikum har på den ene side formålet af at være bedømmere og beslutningstagere, da de skal beslutte om de vil stemme på ham. Dette ses som et træk ved den politiske tale. Samtidig har de til opgave at vurdere talens udførelse, som hører under lejlighedstalen. Det vil sige at publikum på den ene side er aktive, men samtidig er de som tilhørere der er passive under talen. Talen har epideiktiske opgaver, da der kræves en opbakning fra samfundet, for at Trump kan blive valgt. Som nævnt tidligere, så kan politik ikke gennemføres uden opbakningen fra samfundet, hvilket er tilfældet ved denne tale. Grunden til at denne tale er mere af politisk natur, er at talen har et motiv for at ændre eller styrke publikums holdninger. Det er tydeligt, at talen har dette som motiv, da Trump siger: "But if I get elected president I will bring it back bigger and better and stronger than ever before, and we will make America great again." (Bilag 1, 17: 453-454). I talen skal han enten forsøge at ændre deres holdninger til ham, hvis de ikke ønsker at have ham som præsident, eller styrke deres holdninger, hvis de allerede ved at de vil stemme på ham. At der er et motiv for at ændre publikums holdninger, gør at den adskiller sig fra lejlighedstalen, og er derfor tættere på den politiske tale som genre. Dog optræder der også elementer fra retstalen, da Trump gør sig stort i at bruge positiv argumentation, når han reframer argumenter til sin fordel. Dette er ikke ensbetydende med, at talen er en retstale, men blot en bekræftelse på at denne tale har haft elementer fra de forskellige genrer.

Det er ikke muligt at sige, at talen udelukkende er en politisk tale, en lejlighedstale eller en retstale, da der ofte kan optræde elementer fra en genre i en anden, hvilket er tilfældet her. Denne tale kan derfor defineres til at være en politisk tale, men med aspekter af lejlighedstale og retstale. I forbindelse med at denne tale er en valgtale, ville man umiddelbart tro, at hensigten med talen er at få folk til at vælge ham. Dog kan det diskuteres på flere punkter.

Det ser ud til at han har valgt nogle bestemte befolkningsgrupper at appellere til, og samtidig fravalgt nogle andre grupper. Hans udtalelser om mexicanske immigranter som værende et problem for amerikanerne, kunne man forestille sig giver grund for mexicanerne til at sætte deres stemme et andet sted end hos Trump. Her ville man gå ud fra at Trump burde prøve på

at inkludere mexicanerne, så han kan få deres stemmer. Derimod giver det mening hvis han får en gruppe af vælgere der er enige med Trump i førnævnte udsagn. Man kan gå ud fra at nogle af de ældre af Trumps vælgere har et mere konservativt syn på hvordan landet skal fungere og dermed ikke er interesserede i at immigranter skal komme til landet. Dette kan ses ved at der er flere vælgere over 50 år der stemmer på Trump, end vælgere under 50 år (Bilag 3). Man kan også forestille sig at de yngre vælgere ikke har et lige så konservativt syn på f.eks. indvandring og homoseksuelles rettigheder, som de ældre har. Dette underbygges ved at se på bilag 3, da der er færrest vælgere i den unge kategori. Når Trump gør dette, kan man gætte på at det er lettere for ham at henvende sig til udvalgte grupper da det kan være svært at appellere til hele den amerikanske befolkning og alle de forskellige sociale og etniske klasser, med talen.

Derudover er de kontroversielle emner i talen en atypisk måde at få flere vælgere på. Man skulle tro at en politisk tale, hvor man vil have så mange stemmer som muligt, skal handle om at gøre hele landet godt igen og gøre alle tilfredse. Dog kan vi igen tage eksemplet med mexicanerne, der bliver negativt framet, ved at blive kaldt for voldtægtsmænd og at der helt konkret skal bygges en mur mellem USA og Mexico.

Ved at Trump bruger det sprog han gør, kan man også se at han appellerer til underklassen ved netop ikke at bruge svære og komplicerede sætninger. Dette underbygges af de tal der viser hvem der har stemt på Trump. De viser nemlig at mange af hans vælgere ikke er særlig højt uddannede (Thompson, 2016) og de kan højst sandsynligt bedre forstå hans simple sprog end så mange andre politikeres formelle sprog. Det kan i denne forbindelse diskuteres hvorvidt denne gruppe af vælgere har sat sig helt ind i de problemstillinger Trump fremhæver og om de har forstået dem tilstrækkeligt.

Endvidere bruger Trump forskellige virkemidler i talen, som vi har været inde på. Det kan dog diskuteres hvor tydelige de er og hvor godt det hjælper ham. Hans argumentation er nemlig ikke særlig stærk, idet at han har en tendens til at fremstille påstande uden at argumentere for dem. Derimod er han god til at anvende de forskellige appelformer, som derfor kan opveje for det mindre gode i talen. Ifølge den klassiske tradition opfylder det udvalgte argument de krav der er for at et argument skal være logisk gyldigt, men som før nævnt har der været lidt tvivl ift. hvor relevant det var hvis man tog det ud af talens kontekst. Hvis man kigger på argumentet

indenfor Toulmins argumentationsmodel og hans andre begreber, er der nogle manglende markører o.a. der skal til for at det lykkedes, samt det at argumentet ikke kan siges at være en logisk ytring. Det vil sige, at efter logikken er det nogenlunde godtaget, dog lidt tvivlsomt og ifølge Toulmin er det ikke et godt argument.

Det kan også være interessant at diskutere hvorfor Trump positionere sig som han gør, især hvis man ser på det i forhold til Bourdieus model - det sociale rum. Et interessant spørgsmål er nemlig, hvorfor Trump gør så meget ud af at positionere sig som en del af den dominerende klasse, og hvorfor er den dominerede klasse så vigtig for Trump. På den ene side virker det som om at Trump vil gøre modtagerne bevidste om, at han befinder sig i en højere klasse end dem han taler til, bl.a. gennem de kapitalformer han påstår at besidde. Dog siger han alligevel "vi" og "os" ofte. Det virker derfor til at Trump forsøger at positionere sig mellem to modsætninger, uden egentlig at have behov for det. Han vil gerne have, at han bliver anset som en del af den dominerende klasse, men samtidig skal småborgerskabet og den dominerede klasse kunne relatere til ham. Selvom modtagerne nok ikke regner med at en underkvalificeret person kan blive præsident, og selvom folk godt ved hvem Trump er til en vis grad, så virker det vigtigt for Trump at han tilhører den dominerende klasse.

Positionerer han sig selv på denne måde for at skabe positiv omtale? Selvfølgelig vil positiv omtale kun være godt for Trump, og det er sikkert også en af grundene til at han forsøger at gøre modtagerne opmærksom på, at han besidder meget kapital. Dog kan det diskuteres hvorvidt det rent faktisk er det han prøver på at opnå. Modtagerne ved godt at Trump ikke er en del af den dominerede klasse, og at han ikke engang er en del af småborgerskabet, da han besidder en hel del økonomisk, kulturel og social kapital. Derudover står det klart, at han forstår at udnytte kapitalformerne, og har dermed også den symbolske kapital, som gør at han får endnu højere social status.

Når Trump bruger ord som "vi" og "os", så kan det afspejle de domineredes klassers ønsker og idealer, på trods af at han ikke kan identificere sig kapitalmæssigt med dem. Dvs. at Trumps måde at positionere sig på, kan ses som en måde at overtale den dominerede klasse til at støtte ham under valgkampen, selvom de ved at han ikke er en af dem. Det ville også kunne forklare hvorfor så mange af Trumps vælgere endte med at være en del af småborgerskabet og den

dominerede klasse. Som nævnt tidligere i afsnittet om USA's kultur, er der blevet lavet en karakteristika af Trumps vælgere, hvor et af de mest fremtrædende karaktertræk var, at hans vælgere ikke følte at de selv havde nogen stemme (Thompson, 2016). Når Trump har brugt ordene "vi" eller "os", kan det være for at give dem følelsen af at have en stemme, som bliver hørt, da det bliver sagt af en fra den dominerende klasse. Man kan derfor godt sige, at Trump til dels gør sig klogt i at positionere sig som han gør, i og med at han kommer fra den dominerende klasse, som er klassen der får udbredt deres fortolkninger og idéer. Det har måske derfor været nemmere for Trump at henvise sig til underklassen da han vidste de havde brug for en fra den dominerende klasse til at repræsentere dem, og få deres idéer og fortolkninger ud. Derfor kan man også se, at Trump vidste på forhånd at han var den der havde den legitime udgave af sproget, og ikke dem.

Konklusion

Denne opgave er blevet skrevet med det formål at besvare et overordnet spørgsmål der lød på, hvordan Trump havde brugt de sproglige virkemidler til sin fordel, og om hvorfor hans tale lykkedes. Dette har vi prøvet at besvare, ved først og fremmest at kigge på hvilke sproglige virkemidler der er i talen, og kigget på hvordan og i hvilket omfang de blev brugt. Hver teori er kommet med deres svar på, hvordan Trump kunne have brugt sproglige virkemidler til sin fordel. Det vi fandt frem i analysen, er blevet diskuteret videre i vores diskussion, som også gik på hvordan nogle af de sproglige virkemidler var blevet brugt. Især blev der diskuteret hvorfor Trumps tale lykkedes.

Vi vidste på forhånd, at talen var vellykket, i og med at Trump formåede at vinde præsidentvalget, men vi kan også konkludere det ud fra vores analyse af talen. Trump kunne ikke på forhånd vide, om de sproghandlinger og andre virkemidler han anvendte, ville virke. Det er selvfølgelig dokumenteret at appelformer, framing osv. har effekter som kan måles relativt præcist, men det er ikke nødvendigvis det samme som at man kan kontrollere, hvordan det bliver modtaget.

De sproglige virkemidler, har været med til at gøre talen vellykket. Dog er det ikke alle virkemidler, der bliver brugt effektivt til Trumps fordel. På trods af at der er nogle mangler i

forhold til hans argumentation i talen, så kan der konkluderes at han formår at anvende framing, positionering og appelformer til sin fordel, bevidst eller ej, og dermed har øget hans chancer for at blive valgt til præsident. Man kan sige, at de andre sproglige virkemidler har gjort op for de fejlslutninger og ulogiske ytringer der blev analyseret frem i talen. Han formår at få appelleret til de rigtige grupper i samfundet, på den rigtige måde, som har gjort at de har valgt at stemme på ham til valget.

Sætter man talens indhold op imod det samfund den bliver holdt for, kan man se at en del af de emner Trump taler om passer godt til talens primære modtagere. Hofstedes kulturdimensioner, konkluderer blandt andet en høj maskulinitet, hvilket førte videre til den almene konkurrencementalitet både individuelt og kollektivt. Her ser man altså et eksempel på relevansen af Trumps inddragelse af at de er i gang med at tabe til andre lande. Derudover ses emnerne som økonomisk krise og arbejdsløshed også som relevante, når man tænker på at det som oftest for den amerikanske borger handler om at tage sig af sig selv og sine nærmeste. Som en af de vigtigste ting kan man til slut snakke om Trumps påstand om at den amerikanske drøm er død, da symbolet hænger sammen med både deres konkurrencementalitet, individualitet og stolthed.

Alt i alt virker det til at talen indeholder forskellige aspekter, der kan ses som retoriske virkemidler. To overordnede ting vi kan udlede af de forskellige analyser, er at han i den grad forsøger at skabe en grænse mellem “os” og “dem”, hvor USA næsten konsekvent er de gode og alle de andre lande nævnt i hans tale bliver til skyldige i USA's påståede krise. Den anden tendens vi kan konkludere, er at der mange gange bliver brugt forskellige måder til at få Trump sat i toppen af hierarkiet, som den mest succesfulde, indflydelsesrige og nærmest nødvendige forretningsmand og politiker i USA sammenlignet med andre.

Metoderefleksion

Under projektskrivningen har vi brugt meget tid på at diskutere hvilke teorier og analyser vi kunne bruge, og hvordan vi kunne bruge dem. Det har været en svingende balance mellem induktivt og deduktivt arbejde, i og med at vi har haft en relativt hermeneutisk tilgang til opgaven, og desuden i kraft af at vores problemformulering har været udsat for mange

ændringer, ligesom selve projektets retning. Mest bemærkelsesværdigt har vi, som tidligere nævnt, valgt ikke at bruge det komparative aspekt, da vi fravalgte Hitlers tale. Vi synes dog også stadig, at denne form for diskussion og overvejelse er essentiel for et projekt som fagligt produkt, men ikke mindst som en social arbejdsproces.

Vi har baseret mange arbejdsspørgsmål på formodninger, hypoteser og meninger, da de umiddelbart har været den interesse der drog os til projektet til at starte med. På den anden side har det været vigtigt for os ikke bare at tvinge en masse tekstanalyser over vores empiri, men i stedet finde interessante observationer i selve empirien, og forsøge at belyse disse ud fra et analytisk perspektiv. Det er også i kraft af, at vi forsøger at skabe forståelse inden for empirien, og ikke en konkret forklaring på noget, og derved holde os inden for den hermeneutiske videnskabsteoretiske tilgang. Alt dette skulle dog stadig gøres i forhold til vores relativt løse problemformulering, men måske mere relevant, den røde tråd vi alle så for selve empirien. Det er ud fra vores interesse at vi har læst empirien igennem, og dermed valgt fokuspunkter der var relevante og interessante i en faglig kontekst. Noget der undrede os, var eksempelvis den umiddelbart dårlige argumentation og tydelige kategoriseringer af mennesker, alt taget i betragtning af at vi vidste at han senere blev valgt som præsident. Der har altså igennem hele processen været et ønske om at skabe forståelse omkring selve empirien og dens implikationer i virkeligheden.

De valg vi har taget når det kommer til vores teorier, synes vi stadig, efter at have færdiggjort opgaven, er de rigtige valg for vores opgave. Der har været mange forskellige analyseteorier at skulle vælge imellem, og mange forskellige aspekter der skulle bindes sammen i vores opgave. Dog har vi følt dette som en nødvendighed for at kunne vinkle analysen som vi gerne ville, og ikke kun se den fra ét bestemt punkt, da dette kunne have draget os til ureflekterede konklusioner.

Da vi har brugt den hermeneutiske tilgang til vores opgave og tillært os ny viden om flere teorier, har vi kunnet drage nytte af Ciceros pentagram. Dette har vi gjort som en overordnet inspiration til at få besvaret hele analysen og for at anvende en metodisk tilgang til at vide præcis hvad vi ville have fokus på til at starte med. Her mener vi altså at modellen har været

relevant for os at inddrage, specielt i sammenhæng med den hermeneutiske metode, for at hjælpe til den metodiske tilgang til projektet og mere specifikt analysen.

Litteraturliste

Aristoteles, T., Hastrup, Thure, & Platonselskabet. (1983): *Retorik* (Platonselskabets skriftserie 7). København: Museum Tusulanum

Arrouas, Michelle (2015): *Finanskrisen* [online], Faktalink:
<https://faktalink.dk/titelliste/kris#anchor1466> (besøgt 13.05.2018)

Bonevac, Daniel (1990): Kap. 1-4 og 9 i: *The Art and Science of Logic*, California: Mayfield Publishing Company Mountain view

Brinkmann, Svend (2010): *Positionering* [online],
Leksikon.org: <https://www.leksikon.org/art.php?n=5172> (Besøgt 14.5.18)

Clark, Jonas (2007): *In search of the American Dream* [online], The Atlantic:
<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2007/06/in-search-of-the-american-dream/305921/> (besøgt 13.05.2018)

Cohn, Nate (2015): *Donald Trump's strongest supporters: a certain kind of democrat* [online],
The New York Times: <https://www.nytimes.com/2015/12/31/upshot/donald-trumps-strongest-supporters-a-certain-kind-of-democrat.html> (besøgt 10.05.2018)

Colin, Finn, Sandøe, Peter & Stefansen, Niels (1987): *Derfor: bogen om argumentation*,
København: Hans Reitzels Forlag

Davies, Bronwyn & Harré, Rom (2014): *Positionering: diskursiv produktion af selver.*, Oversat af Ole Lindegård Henriksen. 1. Udgave, 1 oplag for den danske udgave. København: Forlaget Mindspace.

Diamond, Jeremy (2015): *Donald Trump describes father's small loan': \$1 million* [online], CNN:
<https://edition.cnn.com/2015/10/26/politics/donald-trump-small-loan-town-hall/index.html> (besøgt 24.05.2018)

Entman, Robert M. (2015): *Framing: til afklaring af et spredt paradigme* [online], Mediekultur:
<https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/20002/18336> Skrevet af Stig Hjarvard.
(Besøgt 15.5.18)

Ferdman, R.A., & O'Brien, M., (2015): *How Greece became the worst economy in Europe*
[online], The Washington Post:
<https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/07/13/why-europe-is-in->

[shambles-but-greece-is-most-doomed/?noredirect=on&utm_term=.ffdc242ce8aa](#) (Besøgt 15.05.18)

Haltiwanger, John, (2017): *ISIS in America: How many times has the islamic state attacked the U.S.* [online], Newsweek: <http://www.newsweek.com/islamic-state-america-attacks-744497> (Besøgt 22.05.18)

Hastrup, Thure (1983): *Aristoteles retorik*, Viborg: Museum Tusculanums Forlag

Hjarvard, Stig (2015): *Framing: introduktion til et begreb og en klassisk tekst* [online], Mediekultur: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/20026/18335> (Besøgt 15.5.18)

Juel, Henrik (2011): *Hvor er pointen? - kommunikationsfaglige vinkler på argumentation*, København: Handelshøjskolens forlag

Jørgensen, Charlotte & Villadsen, Lisa (2009): *Retorik, teori og praksis, Samfundslitteratur*, Frederiksberg: Samfundslitteratur

Lassen, Birgitte Bjerre, Nielsen, Grete Ravn (2017): *Ind i sproget - håndbog til almen sprogforståelse hhx* [online], Ibog ved Systime: <https://indisprogethhx.systime.dk/index.php?id=80> (besøgt 28.03.18)

Lauridsen, Søren (Ingen dato): *Bourdieu* [online], Professionsviden: <http://professionsviden.dk/bourdieu> (Besøgt 20.04.18)

Morrow, Brendan (2018): *Trump the actor: every time Donald Trump has appeared on screen* [online], America's Spotlight: <https://americasspotlight.com/entertainment/donald-trump-acting-roles-cameos-movies-tv.html/> (Besøgt 19.05.2018)

Nielsen, Niels Møller (2016): *Argumenter i kontekst - introduktion til pragmatisk argumentationsanalyse*, Frederiksberg: Samfundslitteratur

ObamaCareFacts (ingen dato): *ObamaCare Facts: An independent site for ACA advice* [online], <https://obamacarefacts.com/> (Besøgt 22.05.18)

Petersen, Jan Aasbjerg Haugaard (2016): *Ciceros pentagram* [online], Gymdansk: <http://www.gymdansk.dk/ciceros-pentagram.html> (besøgt 25.05.18)

Roland, James, (2015): *The Pros and Cons of Obamacare* [online], Healthline:
<https://www.healthline.com/health/consumer-healthcare-guide/pros-and-cons-obamacare>
(Besøgt 22.05.18)

Rozhon, Tracie (1999): *Fred C. Trump, Postwar Master Builder of Housing for Middle Class, Dies at 93* [online], The New York Times:
<https://www.nytimes.com/1999/06/26/nyregion/fred-c-trump-postwar-master-builder-of-housing-for-middle-class-dies-at-93.html> (besøgt 20.04.2018)

Shaw, Jody. (2011): *Argumentation og appelformer på menuen*. I: Juel, Henrik. (2011). *Hvor er pointen?, kommunikationsfaglige vinkler på argumentation*, København: Handelshøjskolens forlag. S. 45-74

TheRealDeal (2017): *Trump's office buildings made less money than expected: report* [online], TheRealDeal: <https://therealdeal.com/2017/06/21/trumps-office-buildings-made-less-money-than-expected-report/> (Besøgt 19.05.2018)

Thompson, Derek (2016): *Who Are Donald Trump's Supporters* [online], The Atlantic:
<https://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/03/who-are-donald-trumps-supporters-really/471714/> (besøgt 08.05.2018)

Wilken, Lisanne (2006): *Pierre Bourdieu*, Roskilde Universitetsforlag