

Fødeseksjonen i hardt vær

En retorisk analyse av hvordan en organisasjon etablerer sin troverdighet gjennom sine nettsider

The screenshot shows the website for Helse Bergen, Haukeland universitetssjukehus. The main heading is "Fødeseksjonen". The page is in Norwegian and includes a navigation menu with "Aktuelt", "Pasient", "Fag", "Jobb", "Media", and "Om oss". A search bar is located in the top right corner. The main content area features a large image of a pregnant woman, a newborn baby, and a breastfeeding mother, with labels "Svangerskap", "Fødsel", and "Barnesel". Below this is a section titled "Til tross for Fødeseksjonen og sjå deg om" with a photo of the hospital building. There are also sections for "Informasjonsmøte", "Fødefilm laga av Aarhus AUH", and "Sjå video av ulike fødestillingar". A sidebar on the left lists various services like "Observasjonspost for gravide" and "Poliklinikk for gravide". A right sidebar contains contact information for the "Innleggingstelefonen for fødande" (55 97 22 00) and "Admissions Line for women in labour in english". At the bottom, there is a footer with contact details, a publication date of 24.08.2011, and social media icons for Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, and Instagram.



Magnhild Rommetveit Fivelstad

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Desember 2014

Forord

Arbeidet med masteroppgaven har vært utfordrende, interessant og lærerikt. Takk til Charlotte, Marie, Hilde, Christina og Sunniva for hyggelig studiefelleskap og støtte og råd på veien.

Jeg vil takke Tone Kolbjørnsen og Jens Elmelund Kjeldsen for konstruktive og gode tilbakemeldinger underveis. Særlig Kjeldsens faglige innsikt har gitt meg utvidet forståelse for retorikkens virkemidler.

Takk til venner og familie, som har lest korrektur og gitt meg positive tilbakemeldinger underveis! Min mor Margunn og Siri og Hilde kan særlig trekkes fram som gode korrekturlesere.

Bergen, 27. november 2014

Magnhild Rommetveit Fivelstad

“To inherit is an art in itself; for inheriting in the final analysis, is culture.”

Thomas Mann

Innholdsfortegnelse

1. Innledning.....	5
1.1 Valg av tema og bakgrunn.....	5
1.2 Oppgavens problemstilling.....	6
1.3 Oppgavens oppbygning.....	7
1.4 En nyttig teoretisk innfallsvinkel.....	7
2. Teori og metode.....	8
2.1 Troverdighet i nye rammer?.....	8
2.1.1 Internett og nye kommunikasjonsmønstre.....	8
2.1.2 De sentrale tendensene.....	9
2.1.3 Troverdighet i eldre og nyere tid.....	9
2.2. Kvalitativ metode.....	12
2.2.1 Mitt empiriske materiale.....	13
3. Retorikk.....	14
3.1 Den retoriske situasjonen.....	15
3.2 De tre appellmidlene.....	18
3.2.1 Ethos.....	19
3.2.2 Pathos.....	25
3.2.3 Logos.....	25
3.3 Visuell retorikk.....	26
3.3.1 Virtuelle applikasjoner.....	27
3.4 Samspillet mellom de forskjellige delene.....	28
4. Fødeseksjonens retoriske situasjon.....	29

4.1 De påtrengende problem.....	29
4.2 Publikum.....	32
4.3 Situasjonens vilkår.....	32
5. Analyse.....	34
5.1 Begrunnelse for valg av materiale.....	34
5.2 Forsiden.....	37
5.2.1 Forsiden er en informasjonskanal.....	39
5.2.2 Bildene kan skape nærvær.....	42
5.2.3 Bildene representerer Fødeseksjonens fødepraksis.....	44
5.2.4 Fødeseksjonens troverdighet på forsiden.....	46
5.3 Den virtuelle applikasjonen.....	48
5.3.1 Kontrollerbar opplevelse av fødested og fødesituasjon.....	50
5.3.2 Informative og oversiktlige trekk kan skape trygghet.....	52
5.3.3 En harmonisk fremstilling av fødesituasjon.....	56
5.3.4 Den virtuelle applikasjonens etablerte ethos.....	57
5.4 Presentasjonsdelen.....	59
5.4.1 Fokus på viktig informasjon.....	62
5.4.2 Et trygt og avbalansert bilde av fødesituasjonen.....	64
5.4.3 Fødeseksjonens troverdighet i presentasjonsdelen.....	67
5.5 Nyhetsartikler.....	69
5.5.1 Strategisk kommunikasjon.....	71
5.5.2 Samspill mellom ulike virkemidler.....	78
5.5.3 Troverdigheten som etableres i Nyhetsartiklene.....	79
5.6 Oppsummering av analysen.....	82
5.6.1 Samspillet mellom de ulike troverdighetene.....	86

6. Diskusjon.....	89
7. Avsluttende kommentarer	91
Litteraturliste	93

1. Innledning

1.1 Valg av tema og bakgrunn

Det har vært omfattende mediedekning av Kvinneklinikkens føde- og barselsbehandling med en rekke negative oppslag. Bergens Tidende (BT) beskriver den massive dekningen av Kvinneklinikken slik: «Få har fått medias søkelys så intenst rettet mot seg som Kvinneklinikken i Bergen» (BT 17.10.14).

En av avisartiklene i BT handler om at fødende kvinner vurderer føde- og barselsoppholdet ved KK til stryk (BT 10.01.14). En kronikk i BT handler om at de ansatte ved Fødeseksjonen ikke har vist tilstrekkelig evne til å møte barselkvinner med respekt (BT 22.01.14).

Restriktiv holdning til keisersnitt og uheldige fødselshistorier, enda til dødsfall, presenteres i flere av sakene. Vi kan lese om barn som får varige skader eller dør (BT 27.10.12, NRK 07.11.12, BT 29.10.11). Fylkeslegen har også kommet med alvorlig kritikk mot Fødeseksjonen (Fylkeslegen 16.04.13). Fødeseksjonen har også blitt kritisert for et høyt antall dødfødsler knyttet til gravide som går over tiden (NRK 22.02.11). Avdelingens troverdighet kan, på bakgrunn av dette, ha blitt svekket gjentatte ganger. Den spesielle situasjonen rundt Fødeseksjonen kan ha bidratt til at seksjonen har fått et omdømme-problem.

På bakgrunn av den spesielle retoriske situasjonen rundt Fødeseksjonen, vil det være av interesse å gjøre en retorisk analyse av Fødeseksjonens nettsider. Kort fortalt er dette nettsider som ligger under Kvinneklinikkens hjemmesider og er tilknyttet Haukeland Universitetssykehus, Helse Bergen. Fødeseksjonens nettsider presenterer blant annet den fødebehandlingen som avdelingen tilbyr.

Denne oppgaven vil konsentrere seg om hvordan organisasjoner kan kommunisere på hjemmesider for å skape og gjenopprette et godt omdømme. Oppgaven vil belyse hvordan organisasjoner kan presentere seg selv gjennom Internettets mange ulike kommunikasjonsformer.

Jeg vil i hovedsak vurdere retorikken som anvendes om fødsel og behandling på Fødeseksjonens nettsider, sett i lys av den spesielle retoriske situasjonen. Jeg har unnlatt å vurdere informasjon om svangerskap og barsel, grunnet oppgavens begrensning. Oppgaven vil vurdere om presentasjonen av Fødeseksjonen skaper et troverdig bilde av institusjonen utad, og om den responsen som nettsiden tar i bruk er passende i forhold til den aktuelle

situasjonen. Dette tema har i skrivende stund fremdeles aktualitet, særlig på grunn av den store medieoppmerksomheten rundt Fødeseksjonen.

Målgruppen nettsiden henvender seg til har flere karakteristiske særtrekk. De er vordende foreldre som skal gjennom en fødsel, og er gjerne spente og nervøse på forhånd. I tillegg behøver foreldrene å få kunnskap om fødebehandlingen og den prosessen de skal igjennom. Mange kan føle seg usikre i sitt møte med Fødeseksjonen. Jeg vil derfor undersøke om kommunikasjonen på nettsidene imøtegår deres utfordringer. Det er sentralt at målgruppen får dekket sine behov. Dette er et viktig kriterium for å fremstå troverdig på en organisasjons hjemmeside (Hoff-Clausen 2010: 8, 88).

1.2 Oppgavens problemstilling

Ut fra den aktuelle situasjonen beskrevet ovenfor, vil det være av interesse å få mer kunnskap om følgende *problemstilling*:

1. a) Hvilken troverdighet etableres på Fødeseksjonens nettsider?
b) Hvilke retoriske virkemidler anvendes for å imøtegå utfordringene i den retoriske situasjonen, og hvordan virker de ulike kommunikasjonsformene sammen?

Problemstilling 1b) fokuserer i hovedsak på *hvordan* Fødeseksjonen etablerer sin troverdighet gjennom kommunikasjonen på sine nettsider. Jeg har valgt ut fire ulike deler på nettsidene, som er relevante i forhold til å besvare mine forskningsspørsmål: Forsiden, en virtuell applikasjon, en presentasjonsdel og to nyhetsartikler. Nettsidenes multimodalitet, det vil si at de består av mange ulike kommunikasjonsformer, gjør det særlig relevant å studere så mange ulike deler av én og samme nettside. Hoff-Clausen argumenterer for en slik framgangsmåte, med et forskningsspørsmål og avgrenset materiale. Hun presenterer at dette er hensiktsmessig blant annet på grunn av at «netstedet som hypertextuel tekstenhed ikke betragtes som et værk, men som et retorisk medium for interaksjon» (Hoff-Clausen 2008: 18). Derfor er det behov for supplerende spørsmål, som fungerer retningsstyrende for analysen.

Jeg vil undersøke om Fødeseksjonen kan bygge opp igjen sin troverdighet gjennom de ulike delene av nettsidene. De ulike delene kan framstå med forskjellig eller lik troverdighet, og deres innbyrdes samspill må studeres nærmere.

Flere har analysert troverdighet på hjemmesider tidligere, men disse har gjerne hatt en annen innfallsvinkel. Jacobsen sin masteroppgave om «*Troværdig webkommunikasjon*» er et

eksempel på dette. Han sammenligner ulike kunnskapsorganisasjoners websider, og vektlegger det teknologiske aspektet (Jacobsen 2012).

1.3 Oppgavens oppbygning

Masteroppgaven min tar for seg sentral teori om hva som kjennetegner troverdighet på Internett og hjemmesider. Materialet på nettsidene presenteres i korte trekk. Den retoriske situasjonen redegjøres for og anvendes som et bakteppe for analysen av Fødeseksjonens nettsider. De viktigste tradisjonelle og moderne ethos-kategoriene blir redegjort for, som nyttige analyseredskap. Fødeseksjonens retoriske situasjon introduseres og danner en forståelseshorisont for å besvare problemstillingen knyttet til nettsidene.

Jeg tar utgangspunkt i tradisjonell retorisk teori, blant annet fra Aristoteles og antikken. Jeg har også tatt i bruk nyere retorisk teori, deriblant Bitzer (1968) sin teori om den retoriske situasjonen, og Hoff-Clausen (2008, 2010) sine teorier om troverdighet på Internett og hjemmesider. Jeg har også anvendt McCroskey (2001) sin moderne teori om ethos. I tillegg har jeg brukt teori fra Kjeldsen (2013), der han utdyper sin forståelse av Bitzers teori om den retoriske situasjonen. Begreper fra Hoff-Clausens teori om ethos på nett vil være nyttig, for å studere om Fødeseksjonen fremstår med tillit på sine nettsider. De perspektiver Hoff-Clausen introduserer om troverdighet på Internett vil også bidra til å hjelpe med å fastslå hvilken troverdighet som skapes på disse. Med et så bredt teoritilfang, viser det seg nyttig å undersøke om ethos har blitt et flyktig fenomen i tråd med utvikling av ulike kommunikasjonsformer, deriblant Internett.

I analysen peker jeg på forskjellige virkemidler og de ulike kommunikasjonsformenes funksjon i forhold til å etablere forskjellige typer ethos. I tillegg viser jeg hvordan kommunikasjonen på nettsidene besvarer utfordringer i situasjonen. Det empiriske materialet fra nettsidene presenteres ved hjelp av bilder og sitater. Deretter kommer et oppsummerende kapittel av analysen og drøfting av funn. Til slutt følger en diskusjon om hvilken ethos-forståelse det kan være nyttig å ta i bruk på Fødeseksjonens nettsider for å se om de gjenoppretter troverdighet.

1.4 En nyttig teoretisk innfallsvinkel

Jeg vil vektlegge den retoriske situasjonen som et utgangspunkt for min analyse av Fødeseksjonens nettsider. Min vektlegging av den retoriske situasjonen stemmer også med Bitzers teori om at omgivelsene er avgjørende for kommunikasjonen (Bitzer 1968). Bakgrunnen er at jeg tenker at det er nyttig å anvende sentrale begreper fra den retoriske

situasjonen, i møte med Fødeseksjonens situasjon og avdelingens nettsider. Det er omstendighetene rundt Fødeseksjonen som retter fokus på hvilke utfordringer nettsidene må imøtegå. Begreper fra den retoriske situasjonen kan derfor bidra til å tydeliggjøre disse utfordringene som nettsidene må forholde seg til og bidra til å skape en situasjonsbeskrivelse. En slik situasjonsbeskrivelse kan kaste lys over hvilken ethos som er hensiktsmessig på Fødeseksjonens nettsider. I tillegg kan den bidra til å skape et bilde av hva kommunikasjonen på nettsidene bør vektlegge for å avhjelpe problemene i omgivelsene.

2. Teori og metode

2.1 Troverdighet i nye rammer?

2.1.1 Internett og nye kommunikasjonsmønstre

Opgavens valg av tema er også interessant å fordype seg i med tanke på at Internett kan skape andre rammer for å skape troverdighet enn de tradisjonelle retoriske former (Hoff-Clausen 2010). Hjemmesider er en ny sjanger, som består av tradisjonelle og nyere uttrykksformer. Fagerjord viser at begrepet multimedia beskriver at en kan kombinere ulike kommunikasjonsformer gjennom data- og internetteknologi (Fagerjord 2008: 20). Det vil være interessant å vurdere om Fødeseksjonens ethos er et foranderlig fenomen på deres nettsider i likhet med alle de forskjellige modalitetene som tas i bruk. Nettsider kjennetegnes gjerne av hypertekstualitet. Hypertekst gjør det mulig å lenke seg frem og tilbake mellom ulike emner (Schwebs og Otnes 2004: 113, 114).

Samtidig har Internett skapt et informasjonssamfunn, som bidrar til nye kommunikasjonsmønstre og nye måter å skape identiteter på (Warnick og Heineman 2012: 6). Brukeren forholder seg daglig til en massiv informasjonsstrøm på Internett og kan kommunisere med organisasjoner gjennom deres hjemmesider (McQuail 2000: 121). I særlig grad har dette bidratt til at vi må se med nye øyne på avsender- og mottaker-begrepet innenfor den tradisjonelle retorikk. Det er en sirkulering av roller og kommunikasjonsformer, som karakteriserer Internett og hjemmesider. Det kan for eksempel være flere avsendere og mottakere, og disse kan bytte roller (Hoff-Clausen 2010: 39). Jeg velger til tross for dette å bruke benevnelsen avsender om Fødeseksjonen i denne oppgaven.

Jeg vil prøve å se hva disse moderne rammevilkårene bidrar til. Det vil være av interesse å undersøke hvilken ethos-forståelse som er formålstjenlig å ta i bruk, for å vurdere om Fødeseksjonen makter å gjenoppbygge deres omdømme.

2.1.2 De sentrale tendensene

Jeg vil særlig anvende retoriske begrep for å undersøke om det skapes troverdighet på Fødeseksjonens nettsider og hvordan dette skjer. Jeg vil vise at den teorien jeg vektlegger i denne oppgaven passer med de gjeldende tendensene for troverdighetsforskning. Det har foregått en endring i fokuset på troverdighetsforskning, fra retorikken i antikken til den mer moderne retorikken i det 20. og 21. århundre. Det tradisjonelle fokuset på avsenderens karaktertrekk har flyttet seg mer over på mottakerens fortolkning eller opplevelse av denne.

Disse to hovedforskjellene i forhold til hvordan en vurderer troverdighet, blir mitt utgangspunkt for å basere oppgaven på den aktuelle teori. Først og fremst er Aristoteles (2006) tradisjonelle ethos-kategorier et eksempel på at avsenderens karaktertrekk ble vektlagt i tidlig retorikk. Derfor tar jeg høyde for dette ved å integrere perspektivet i oppgaven. Motsatt er moderne teori fra McCroskey (2001), basert i hovedsak på mottakerens fortolkning eller oppfattelse av avsenderens troverdighet. Jeg vektlegger derfor også hans syn på ethos, når jeg vurderer Fødeseksjonens troverdighet. Til slutt velger jeg å basere oppgaven på Hoff-Clausen (2010) sine opplevelsesbaserte kategorier, som hun også forbinder til de eldre troverdighetskategoriene. Hun mestrer slik å forene både eldre og nyere syn på troverdighet, og gir meg nyttige kategorier som jeg kan anvende i analysearbeidet.

2.1.3 Troverdighet i eldre og nyere tid

Troverdighet er et begrep innenfor retorikken, som har hatt betydning helt tilbake til Aristoteles' presentasjon av denne teorien og metoden og frem til i dag. I Retorikken understreker han troverdigheten til taleren som avgjørende, for om talerens budskap når fram til mottakeren og overbeviser i politiske saker og rettssaker. De klassiske troverdighets-egenskapene var klokskap, karakter og velvilje (Aristoteles 2006). På bakgrunn av dette ser vi altså at taleren og de karaktertrekk han besitter, er vesentlig for hans ethos. Avsenderen sine egenskaper, som vises i talen, blir det grunnlaget troverdigheten bedømmes på. Disse tre forskjellige markørene er også sentrale kriterier for å bedømme en organisasjons troverdighet i den moderne medievirkelighet (Lund og Petersen 1999: 125-129). Dette betyr at disse klassiske idealene fremdeles gjelder når jeg skal vurdere Fødeseksjonens nettsider, for å se om det skapes et godt bilde av denne institusjonen.

Samtidig er premissene for å skape troverdighet i den moderne virkelighet også litt annerledes. Mottakerens opplevelse av avsenderen blir i større grad vektlagt. Hoff-Clausen

(2010) viser at opplevelsen av ethos blir mer sentral på Internett. Dette skyldes at Internett karakteriseres som et dynamisk og fragmentert medium, på grunn av den spesielle hypertext-oppybygningen (Hoff-Clausen 2010: 40, 41). Mange ulike deler må tolkes inn i en større helhet og blir sentral for mottakerens forståelse av retoren. McCroskey opplyser om at den moderne tids troverdighet er mottakerens opplevelse eller oppfatning av denne, og ikke like sterkt forbundet til hans iboende kvaliteter. Denne skikkelsen kan imidlertid endre seg hver gang retoren «møter» mottakeren (McCroskey 2001: 83-87). Dermed er denne personligheten foranderlig. Derfor er det ikke bare den enkelte del som etablerer troverdigheten på Fødeseksjonens nettsider, men like mye forholdet mellom disse, og deres ulikheter. Hoff-Clausen mener at det på Internett er sentralt å se hvilken funksjon de forskjellige modaliteter har hver for seg og i samspill i den bestemte kommunikasjonen. På denne måten håndterer hun altså online retorikkens multimodalitet og gir en fruktbar metode for å forske på denne (Hoff-Clausen 2008: 23, 24). Hun retter fokus på at organisasjoners hjemmesider har en viktig oppgave i å skape troverdighet til virksomheten. Hun viser at virksomhetens hjemmeside gjerne blir organisasjonens ansikt utad og at den derfor bør være sentral i kommunikasjonsarbeidet (Hoff-Clausen 2010: 7, 8).

Jeg vil underbygge min bruk av både eldre og nyere ethos-teori også med at Hoff-Clausen viser at det klassiske ethos-begrepet fremdeles er relevant. Samtidig påpeker hun at det er nødvendig at vi tar på oss et kritisk og senmoderne blikk når vi anvender det. Hun peker på tre sentrale punkt: Det mest sentrale punktet hun belyser, handler om at troverdighet skapes i interaksjon. Det er ikke bare en selvrepresentasjon som skaper retorens identitet, den formes gjennom den tekstbaserte samhandling med sitt publikum (Hoff-Clausen 2008: 212). Mer detaljert beskriver Hoff-Clausen at «Ethos er ikke bare et resultat af retorens karakterframstilling, men også af modtagernes karakterfortolkning» (Hoff-Clausen 2008: 50). Hun viser til at ethos skapes i et fortolkningsrom, som krever en konstruktiv innsats fra begge parter. Miller (2001) har på en lignende måte pekt på den aktive rollen som mottakeren får når ethos skapes. Hun påpeker at ethos krever en karakterfremkallende innsats (ethopoetisk) innsats både fra retor og mottaker. I korthet handler det om at avsenderen konstruerer retorens karakter i produksjonen av teksten, mens mottakeren gjør det samme når hun mottar denne. Derfor ser vi altså at teksten blir det møtende punktet mellom disse.

Denne fortolkende vendingen bidrar altså til at retoren ikke lenger har all makt eller kontroll over budskapet, fordi ulike mottakere kan vurdere hans troverdighet og budskap forskjellig. Jeg vil legge til at publikum kan variere og nettopp innbefatte mange ulike

mottakere, som kan sirkulere, og ha en forskjellig bakgrunnshorisont for å konstruere og tolke retorens karakter på Internett.

Samtidig hevder Hoff-Clausen at det fremdeles er sentralt å legge merke til hvem det er som kommuniserer og hvilken virkning dette kan ha. Det er allment kjent at den status og troverdighet kilden har på forhånd kan være avgjørende for hvor stor påvirkningskraft denne får i budskapet. Likevel trenger det ikke å være noe konkret og enkelt svar på dette (Hoff-Clausen 2008: 210). Men det påpekes at mottakeren bevisst eller ubevisst gjerne prøver å trekke omkringliggende kontekst inn når en ny tekst tolkes, og da skaper seg et bilde av hvem som er avsenderen. Miller kaller dette for den ethopoetiske impuls, fordi det gjerne skjer automatisk (Miller 2001).

Samtidig vil jeg peke på at ethos stadig må vurderes i et handlingsrom, der retorens kontinuerlige opptreden får betydning online. Den kan derfor få et flyktig preg. Miller peker på at Aristoteles også har vært opptatt av denne flyktigheten i den tradisjonelle retorikken, fordi han påpekte at det var talens fremføring som skapte retorens troverdighet. Dette betyr med andre ord at ethos også på den tiden ble skapt i interaksjon, og stadig var i endring, gjennom presentasjonen. I tillegg var forhåndsinntrykket vesentlig for den opplevelse en fikk av talen. Miller viser at det derfor også var sentralt å dele og ta imot budskapet på den tiden, og samtidig at ethos-rollen ble forhandlet frem da som nå (Miller 2001: 269).

Tekstens mange tolkningsmuligheter fører også til at retorikken ikke bare er målrettet, men også har en dialogisk form. Miller viser at ethos ikke er en fast størrelse, men stadig i bevegelse eller endring gjennom en kommunikasjonshandling og mottakerens tolkning av denne: «Ethos cannot be an absolute quality, it must be a representation, and as such it must be interpreted» (Miller 2001: 270, 271). Det er derfor aktuelt å se nærmere på de ulike kommunikasjonshandlinger i det materialet jeg har valgt og hvilken representasjon dette skaper av Fødeseksjonen, samt hvilke muligheter for fortolkning dette gir rom for.

Hoff-Clausen presenterer også to andre punkt for å illustrere den utvikling som har skjedd innenfor retorikken. Hun viser til at kommunikasjonen kan være et resultat av flere aktørers verk. Jeg har pekt innledningsvis på at det gjerne er flere forskjellige aktører som står bak en karakterfremstilling online. Disse kan for eksempel sirkulere eller produsere noe på samme tid. Dette bidrar til at avsenderen kan være vanskeligere å identifisere online. Warnick peker på at «Rhetorical criticism of Internet discourse will probably be increasingly influenced by the ‘agent-lessness’ of the phenomenon itself. Discourses will be viewed by critics as produced by some interest, not authored by some agent» (Warnick 1998: 82). Hun

har et kritisk blikk på avsenderens rolle i online kritikk, og mener at den intensjon eller interesse, som ligger bak den diskursive tekst, vil være mer synlig. Jeg velger, som sagt, å forholde meg til avsenderbegrepet og å bruke det om institusjonen Fødeseksjonen. Samtidig vektlegger jeg å undersøke de verdier og interesser Fødeseksjonen har i kommunikasjonen. Dette er spesielt vesentlig for å se om de fremstår med velvilje eller rituell ethos, som er sentralt for å skape troverdighet på Internett. Jeg vil vise at både Hoff-Clausen (2010) og McCroskey (2001) understreker at dette perspektivet er blitt mer vesentlig i forbindelse med moderne troverdighet, fordi mottakeropplevelsen er mer vektlagt.

Samtidig virker det naturlig at mottakeren får en mer sentral rolle i moderne troverdighetsforskning, fordi Internett skaper mer delaktighet hos mottakeren. Den interaktivitet hjemmesider legger opp til er noe særegent for Internett og hjemmesider. Dette bidrar til at samhandling blir mer vektlagt i dette mediet og innenfor denne sjangeren.

Videre understreker Hoff-Clausen at ethopoetiske handlinger er underlagt eksterne strukturer (Hoff-Clausen 2008: 212). Det er naturlig å tenke at disse eksterne forhold kan være faglige språknormer, men de kan også være teknologisk understøttet. Mediene fungerer for eksempel blant annet som rammevilkår for retorisk handlekraft. De kan fungere som rammesettere, som angår hvilken kontakt som kan foregå mellom de som kommuniserer og i tillegg hvilket innhold som kan presenteres. Foucault har stått i spissen for et lignende perspektiv. Han mener at mennesket bare har makt under de språknormer, regler og teknologier de handler under (Foucault 1972: 199-211). Det er sentralt at jeg setter opp et skille mellom det klassiske studiematerialet i antikken, som i hovedsak var argumenterende taler, og mitt analysemateriale på nettsidene. Som vist tidligere er Internett preget av at det er mange varierte kommunikasjonsformer i samspill.

2.2. Kvalitativ metode

Retorisk analyse er en del av den kvalitative metoden. Det er derfor den kvalitative metoden som blir det overordnede rammeverket for min analyse av Fødeseksjonens nettsider. Denne formen for metode innebærer i stor grad fortolkning i motsetning til den kvantitative, som i større grad baseres på tall og statistikk (Thagaard 2009: 11). Forskeren prøver innenfor den kvalitative metoden å gå i dybden på studieobjektet og finne mening. Jeg har tenkt å fordype meg i Fødeseksjonens nettsider, nærmere bestemt gjennom å gjøre den planlagte retoriske tekstanalysen av disse. Nettsidene består av tekst og bilder, samt av en virtuell teknologisk applikasjon med lyd og video. Silverman presiserer at en analyse av disse ulike formene for kommunikasjon er vanlig innenfor den kvalitative metoden (Silverman 2006: 18-29). Den

kvalitative metoden bidrar til at jeg kan analysere nettsidene og fordype meg i disse ut ifra det som blir relevant og interessant på bakgrunn av min problemstilling. Samtidig er metoden god til å skape oversikt, fordi den inneholder begreper og verktøy som innbyr til dette.

2.2.1 Mitt empiriske materiale

Jeg har valgt ut disse fire ulike delene som mitt materiale, for å vurdere nettsidene til Fødeseksjonen: Den første delen er forsiden, som blant annet består av mange visuelle bilder og en kort introduksjonstekst. Den andre delen er en virtuell applikasjon, som ligger plassert midt på forsiden, og som inneholder bilder og videoer fra avdelingens to ulike fødeenheter: «Fødeavdelinga» og «Storken». Den tredje delen er en presentasjonsdel, som består av tekst og bilder om de samme fødeenhetene: Disse delene presenterer blant annet de ulike fødeavdelingenes hovedoppgaver i forbindelse med fødesituasjonen. Den fjerde og sistnevnte delen av mitt materiale er to nyhetsartikler, som berører de kritiske sakene som har vært i media mot Fødeseksjonens fødepraksis. Jeg har tatt dette valget på bakgrunn av Fødeseksjonens retoriske situasjon og de utfordringer institusjonen særlig står overfor. Disse delene virket til å imøtegå flere av de problemer Fødeseksjonen opplever, og det er interessant å se hvilken ethos disse kommunikasjonshandlingene skaper.

Det er sentralt at jeg gjør avgrensningen av relevante tekstrelasjoner med en bevissthet om at jeg på denne måten reduserer kompleksiteten på nettet. Hoff-Clausen påpeker at forskerens valg av nøkkelttekster, altså de tekstene som hun velger å studere i analysen, må reflekteres grundig over. Hun peker også på at forskeren på grunnlag av sine avgrensninger på et visst tidspunkt må stabilisere webteksten i en dokumenterbar form (Hoff-Clausen 2008: 65, 67, 68). Analyse materialet mitt er Fødeseksjonens nettsider den 02.03.14. Jeg har også tatt med forsiden til Kvinneklinikken som en del av analyse materialet mitt, fordi flere av nyhetsartiklene, som er tilknyttet Fødeseksjonens behandling, ligger nederst på denne. Disse nyhetsartiklene virker til å være et motsvar på den kritikken Fødeseksjonen har fått i media og av Fylkeslegen. De virker derfor svært relevante å undersøke i forhold til min problemstilling.

Det er flere grunner til at jeg har valgt å lagre nettsidene på den oppgitte datoen. En av dem er at det har gått litt tid fra Fødeseksjonen fikk kritikk fra Fylkeslegen (16.04.13), som kanskje er den mest alvorlige kritikken de har fått. Jeg forklarer det mest sentrale innholdet i denne under Fødeseksjonens retoriske situasjon. Tidsmessig har det vært mulig for Kommunikasjonsavdelingen å svare på denne kritikken på nettsidene. En annen grunn er at det også har vært andre kritiske saker rettet mot fødebehandlingen ved seksjonen, som Kommunikasjonsavdelingen også har hatt mulighet til å respondere på i tidsrommet som har

gått. Jeg har nevnt flere av disse sakene innledningsvis. Det er derfor, sett i lys av problemstillingen, trolig sentralt å se om de anvender nettsidene aktivt for å forsvare seg i henhold til den negative medieomtalen. Dette kan sannsynligvis spille en rolle i forhold til om de skaper tillit og troverdighet til Fødeseksjonen.

Med et retorisk begrepsapparat kan en i dag analysere alle former for kommunikasjon. På bakgrunn av dette passer det å gjøre en retorisk analyse av Fødeseksjonens nettsider, som inneholder et variert materiale.

3. Retorikk

Retorikk er et fag som inneholder kunnskap om hvordan en overbeviser andre mennesker gjennom kommunikasjon. Denne kunnskapen består av ulike teorier, begrep eller mønstre for hvordan en kan påvirke andre mennesker gjennom et budskap.

Kjeldsen påpeker at retorikk er overbevisning, som skjer gjennom hensiktsbestemt og virkningsfull kommunikasjon (Kjeldsen 2013: 18, 19). På bakgrunn av dette er det sentralt å se om Fødeseksjonens nettsider overbeviser gjennom en strategisk kommunikasjon slik at avdelingen fremstår som troverdig.

Det er et viktig poeng at retorikk som teori og metode henger tett sammen. Retoriske begrep blir retningsgivende for hvordan en går fram metodisk gjennom analysen. En undersøker teksten eller symbol-bruken på bakgrunn av disse begrepene. Dette vil også gjelde min retoriske analyse. Jeg vil i det følgende presentere de sentrale begrep og teorier som jeg vil anvende i min analyse.

Kjeldsens bruker begrepet det persuasive kontinuum, som binder sammen benevnelsene snever persuasio og bred persuasio. Disse to sistnevnte benevnelsene viser til to ulike oppfatninger av hvilke ytringer som kan studeres retorisk (Kjeldsen 2013: 18, 19). Begrepene stammer opprinnelig fra Fafner (1989: 9, 10). Med utgangspunkt i det persuasive kontinuum kan jeg studere alle ytringer på nettsidene som retoriske. Dette bidrar til at det blir enklere å analysere nettsidenes materiale, fordi jeg kan vurdere all kommunikasjon på nettsidene.

Snever persuasio-oppfatningen har vært den mest dominerende innenfor retorikken. Tradisjonelt har dette perspektivet vært opptatt av direkte argumenterende kommunikasjon, som forsøker å flytte mottakeren fra en bestemt posisjon til en annen. Dette gjelder særlig i saker der noen har forskjellige synspunkt. Aristoteles har, som nevnt, skrevet *Retorikken*, som

handler om hvordan taleren i politiske saker og/eller rettssaker kunne fremstå troverdig i argumentasjonen og vinne mottakerens oppslutning (Aristoteles ifølge Kjeldsen 2013: 18, 19). Jeg vil på bakgrunn av dette perspektivet spesielt studere om de nyhetsartiklene, som vedrører kritikk mot avdelingen, inneholder en troverdig argumentasjon for den gjeldende fødepraksis.

I følge Kjeldsen inkluderer bred persuasio, som er en mer moderne og «bredere» forståelse av retorikk, alle former for kommunikasjon. Den innbefatter således at visuell kommunikasjon, lyd og video også inngår i ytringer, som kan studeres retorisk. Dessuten kan drama og film også være retorisk materiale. Årsaken er at kommunikasjonen ikke i like stor grad trenger å være hensiktsbestemt. Det er teorien om hvordan mening skapes som er i fokus (Kjeldsen 2013: 18, 19). Denne formen for retorikk er derfor mer generell og påvirkningen skjer gjerne på et høyere nivå. Foss viser dette ved å beskrive at retorikk er «handlinger mennesker utfører når de bruker symboler med det formål å kommunisere med hverandre» (Foss 1996 ifølge Kjeldsen 2013: 20).

Den mer moderne retorikken baseres i særlig grad på de nye kommunikasjonsformene i det 20. århundre. Bogost peker på at de nonverbale uttrykkene blir mer og mer vesentlige i det 19. og 20. århundre (Bogost 2007: 20, 21).

I forhold til analysen av Fødeseksjonens nettsider er det naturlig å vurdere om bilder på forsiden og i presentasjonsdelen skaper troverdighet og også om den vertikale applikasjonen med lyd og video skaper tillit. Dette kan jeg gjøre ved å anvende teori om disse kommunikasjonsformene og deres virkemidler.

Med en slik generell og bred oppfatning av retorikk kan jeg studere alle de forskjellige kommunikasjonsformene på nettsidene. I tillegg vil jeg konsentrere min analyse rundt hvordan samspillet mellom de ulike kommunikasjonsformene fungerer retorisk, etter som noe av det mest sentrale med en nettside er hvordan de ulike kommunikasjonsformene i et samspill påvirker mottakeren.

3.1 Den retoriske situasjonen

Retorikken er situasjonell

Jeg vil vektlegge den retoriske situasjonen som et utgangspunkt for min analyse av Fødeseksjonens nettsider. Dette valget sammenfaller også med Bitzers teori om at omgivelsene er avgjørende for kommunikasjonen. Han viser at situasjonen legger bestemte føringer på taleren og budskapet: Omgivelsene dikterer eller oppfordrer til et bestemt type

svar (Bitzer 1968: 5-7). Begreper fra den retoriske situasjonen kan skape en teoretisk ramme rundt Fødeseksjonens nettsider og analysen. På bakgrunn av en kartlegging av Fødeseksjonens situasjon, er det derfor interessant å studere nærmere hvilken ethos som etableres på nettsidene. Dessuten kan jeg vurdere hvordan kommunikasjonsformer og virkemidler imøtegår utfordringer i omgivelsene.

Bitzer presiserer at den retoriske situasjonen består av tre ulike bestanddeler: det påtrengende problemet («exigence»), publikum («audience») og de retoriske vilkår («constraints») (Bitzer 1968: 6). Det mest vesentlige elementet er problemet, som også er forutsetningen for en retorisk situasjon.

Det presserende problem

Bitzer påpeker at problemet blir det styrende i den retoriske situasjonen. Han viser til at det i alle retoriske situasjoner vil være minst ett kontrollerende og påtrengende problem. Bitzer forklarer at et påtrengende problem «er en ufullkommenhet som presser på. Det er en feil, en hindring, noe som venter på å bli gjort, noe som ikke er som det burde være» (Bitzer 1968: 6). Samtidig viser han at problemet kun er retorisk om det kan endres til å bli bedre gjennom diskurs. Bitzer argumenterer nærmere bestemt i artikkelen for at slike mangelfulle situasjoner krever en viss type kommunikasjon som kan skape endring. Han poengterer at disse situasjonene derfor inviterer til forandring gjennom en bestemt og passende respons (Bitzer 1968: 6,7). Samtidig retter han fokus på at dette problemet vil fungere som et organiserende prinsipp: Nærmere bestemt spesifiserer problemet hvilket publikum som den retoriske diskursen skal være rettet mot. I tillegg retter det fokus på hvilken endring som behøves (Bitzer 1968: 7).

Det virker derfor sentralt å rette oppmerksomhet mot de utfordringene som Fødeseksjonen står overfor. Nærmere bestemt bør analysen min undersøke hvilken type kommunikasjon situasjonen inviterer til, på bakgrunn av disse. Tar kommunikasjonen på nettsidene hensyn til dette? Skapes retoren, som en direkte konsekvens, av disse påtrengende problemene? I forhold til problemstillingen min blir det vesentlig å se om den retor, som fremstilles i presentasjonen, passer til situasjonen og dens iboende problemer.

Det er mulig innenfor den enkelte situasjon å lete etter forskrifter for hva kommunikasjonen bør inneholde. Det kan være verdt å nevne at graden av hvor sterke disse forskriftene vil være, kan variere i forhold til hvor tydelig situasjonen er. Derfor kan enkelte situasjoner med klarhet vise til hvilken hensikt, stil og tema, responsen bør ha. Andre situasjoner, derimot, vil vise dette i mindre grad. På bakgrunn av dette er det derfor også

forskjellig hvor enkelt det er å forutsi en respons og å vurdere om den er god (Bitzer 1968: 1, 5, 12).

Publikum må ha endringspotensiale

Det er nødvendig at det retoriske budskap har et publikum. Samtidig kan dette publikum bare bestå av de personer som det er mulig å påvirke gjennom det retoriske budskap og som kan være med på å skape endring (Bitzer 1968: 7, 8). Retorikk er, som beskrevet, målrettet kommunikasjon, der en ønsker en bestemt form for svar eller respons hos de en henvender seg til. Denne type kommunikasjon skaper forandring gjennom å påvirke mennesker på en slik måte at de tenker og handler annerledes. Målgruppen til den retoriske kommunikasjonen på nettsidene til Fødeseksjonen er de vordende foreldre.

Situasjonens vilkår

Situasjonens vilkår skaper visse tvingende rammer for kommunikasjonen. Årsaken er at den innbefatter begrensninger og muligheter, som taleren må ta hensyn til. I hovedtrekk kan en skille mellom to kategorier for vilkår. Den første baseres blant annet på forhold som personer, hendelser, ting, interesser, argumentasjoner og emosjoner og er dermed uavhengig av taleren selv (Bitzer 1968: 8). Det blir derfor nødvendig å se hvilke elementer som finnes i Fødeseksjonens situasjon og hvilke føringer dette legger på budskapet. Den andre kategorien knyttes direkte til talerens retoriske egenskaper og hvordan han presenterer sitt budskap. Bitzer retter søkelys på at talerens personlige karakter, hans rasjonelle bevisgrunner, hans stil og emosjonelle appeller kan være andre, viktige vilkår (ethos, logos, pathos) (Bitzer 1968: 8). Det sentrale å undersøke vil være om Fødeseksjonen fremstår overbevisende gjennom disse retoriske virkemidlene.

Det retoriske budskap er vellykket om det kommer med et passende svar på situasjonen. Kjeldsen forklarer nærmere at dette kan foregå ved at den retoriske diskursen korrigerer og endrer situasjonen eller bare blir godt mottatt på bakgrunn av situasjonen. De to måtene står derfor gjerne i strid med hverandre, men dette trenger ikke å være tilfellet (Kjeldsen 2006: 88, 89).

Bitzer sin teori om den retoriske situasjon har skapt debatt. Vatz angriper denne teorien, fordi han synes at retorikeren og språket får for liten betydning og handlekraft. Det er mange valgmuligheter i en situasjon. De prioriteringer retorikeren tar kan være med på å forme omgivelsene (Vatz 1973: 156, 157). Jeg velger likevel å forholde meg til Bitzers teori i

denne oppgaven. Årsaken er at han i særlig grad viser at retorikken skapes i interaksjon. Omgivelsene kan legge bestemte føringer på konkrete responsers utforming. Bitzers teori gir meg begreper til å forstå den spesielle retoriske situasjonen Fødeseksjonens nettsider må vurderes i lys av. Samtidig vil jeg anta at Fødeseksjonen, som retor, har makt til handle under situasjonens vilkår.

Krisehåndtering og apologi

En krise kan defineres som et presserende problem i situasjonen. Den kan bli imøtegått med krisehåndtering og apologi (Emmertsen 2006: 224). En apologi er en unnskyldning i forbindelse med en slik uheldig situasjon. Fødeseksjonen kan ha vært i en krise på bakgrunn av mediekritikken og det er aktuelt å se om de anvender apologi som en passende retorisk respons i nyhetsartiklene og for å skape troverdighet. Det er vanlig at organisasjoner etter en krise unnskylder og forklarer seg om de uheldige omstendighetene. Emmertsen (2006) beskriver krisekommunikasjon «som en ansvarshavendes forklarende, udredende og undskyldende diskurs i kølvandet på en krise igangsatt af hændelser, der er – eller opfattes som – uhensigtsmæssige» (Emmertsen 2006: 223, 224). Krisehåndtering har tradisjonelt gjerne bestått av apologien, som har vært en sentral talesjanger. Apologiens mest sentrale funksjon er forsvaret, fordi en anklage eller krise helst ikke skal stå uten motsvar. Målet med krisekommunikasjon er å gjenoppbygge imaget eller troverdigheten til avsenderen (Emmertsen 2006: 225, 248).

3.2 De tre appellmidlene

Aristoteles presenterer tre ulike virkemidler i Retorikken, som en taler hensiktsmessig kan anvende for å skape troverdighet i argumentasjonen. Dette er virkemidlene logos (sakens rasjonalitet), ethos (avsenders troverdighet) og pathos (mottakerens følelser) (Aristoteles 2006: 27, 28, 30). De ulike appellmidlene vil inngå som element i analysearbeidet for å vurdere om kommunikasjonen på Fødeseksjonens nettsider fremstår med troverdighet. Samtidig må det tas i betraktning at nettsider i den moderne digitale verden kan være mye mer variert enn hva en tale i den gamle antikken var, både innholds- og uttrykksmessig. Derfor vil jeg også støtte meg på nyere teori om disse virkemidlene, for å sikre meg at de brukes hensiktsmessig, når jeg vurderer hvilken ethos Fødeseksjonen fremstår med på deres nettsider. De forskjellige virkemidlene kan imøtegå ulike utfordringer i Fødeseksjonens retoriske situasjon.

3.2.1 Ethos

Ifølge tradisjonell retorikk handler ethos om avsenders evne til å overbevise. Troverdigheten baseres på det inntrykket tilhørerne får av taleren når han presenterer sitt budskap (Aristoteles 2006: 27, 28). Jeg har innledningsvis rettet fokus på at den klassiske retorikken vektlegger talerens karakteregenskaper og den gjeldende tekst, som overbevisningsmidler. I tillegg vil jeg vise at retorens persuasive livsførsel også er vesentlig innenfor den klassiske retorikken. På bakgrunn av dette kan avsenderens yrke være avgjørende for den troverdighet budskapet får, fordi dette kan vise om han er et godt menneske (Isokrates 1986). Disse tradisjonelle perspektivene gjelder fremdeles, slik at jeg kan benytte meg av disse i møte med Fødeseksjonens nettsider.

I tillegg har jeg vist at mottakerens opplevelse er mer vektlagt i den moderne troverdighetsforskning og på Internett. Hoff-Clausen mener det bør være samsvar mellom hvordan organisasjonen fremstiller seg på en nettside og hvordan virkeligheten fortoner seg. Nærmere bestemt bør det bildet en ønsker å gi av organisasjonen og dens identitet passe sammen (Hoff-Clausen 2010: 8, 88). I tillegg bør en organisasjons nettside ta hensyn til situasjonens krav. Dette er to viktige betingelser for at en organisasjon fremstår som troverdig på en hjemmeside i tråd med Hoff-Clausen. Hun introduserer fire ulike perspektiv på avsenderens troverdighet på hjemmesider. Hoff-Clausen påpeker at hun har tatt hensyn til de spesielle utfordringene ved Internett. De fire ulike perspektivene, som hun presenterer, er tekstuell ethos, intertekstuell ethos, eksemplarisk ethos og rituell ethos (Hoff-Clausen 2010: 39-44). Disse perspektivene er nyttige redskaper for meg som jeg kan anvende i analysen. De kan hjelpe meg til å se hvilken ethos som etableres og hvordan dette skjer. Jeg vil i det følgende beskrive de tradisjonelle retoriske troverdighetsdimensjonene og de moderne perspektivene på troverdighet.

Troverdigheten til avsenderen vurderer vi ut fra tre ulike dimensjoner i klassisk retorikk, som tidligere beskrevet. For det første: avsenderens kompetanse, for det andre: hans karakter, og for det tredje: hans velvilje (Aristoteles 2006). Inntrykket vi får av avsenderens kompetanse i kommunikasjonen skapes trolig basert på opplysninger om hans utdanningsgrunnlag, forskningskunnskap og yrkesbakgrunn. Derfor er kunnskapen og tilhørende status, som vi oppfatter at avsenderen eller kilden til en hjemmeside har, vesentlig (Fogg 2003: 124). Samtidig får vi et inntrykk av kompetansen til avsenderen gjennom de faglige synspunktene og ordvalgene han anvender, samt måten han presenterer sitt budskap på

(Kjeldsen 2013: 117). Derfor ser en altså at ethos skapes i kraft av logos, som handler om selve budskapetets kjerne. Dette forholdet går også den andre veien, som jeg vil illustrere under.

Mennesker som arbeider i ulike type jobber, som advokater, prester og leger, har gjerne stor troverdighet. Årsaken til dette er at deres arbeid innebærer en plikt om å være ærlig og rettferdig. Hvis det viser seg at de ikke er til å stole på mister de sin kredibilitet (Fogg 2003: 123). Hvis utdanningen eller yrket til avsenderen er relevant for det temaet eller den informasjonen som en leser om på en nettside, skaper dette troverdighet til innholdet i kommunikasjonen. Dette vil særlig gjøre seg gjeldende hvis den som skriver om et tema signerer med sin yrkestittel og fremstår som en ekspert på et område. Dette vil føre til at vi lettere tror på innholdet og lar oss påvirke. Andre hentydninger til avsenderens yrkesbakgrunn kan også bidra til troverdighet på en nettside: Hvite frakker eller uniformer til sykepleiere og leger, samt ulike dokumenter og priser som viser til deres faglige utvikling, kan også skape et inntrykk av avsenderen og påvirke oss til å tro mer på innholdet (Fogg 2003: 123). Derfor ser en altså at ethos har direkte påvirkning på logos, samtidig som jeg har vist over at forholdet også går den andre veien. Jeg må derfor se ethos i kraft av logos og motsatt når jeg vurderer kommunikasjonen på nettsidene. Det er dermed sentralt å bedømme Fødeseksjonens kompetanse på nettsidene ut i fra den ulike informasjonen vi får om denne både i tekst, bilder og i den virtuelle omvisningen med tilhørende videoer. Vi får lettere troverdighet til fødebehandlingen om Fødeseksjonen fremstår med faglig kunnskap. Jeg vil vurdere nyhetsartiklenes budskap og troverdighet på bakgrunn av at klinikkdirektør Garnes er en viktig kilde og ekspert i disse.

Tekstuell ethos er inntrykket vi får av avsenderen i den enkelte ytring basert på Hoff-Clausens moderne begrepsapparat. Dette har vært den tradisjonelle formen for troverdighet, der en har vurdert avsenderen basert på en kommunikasjonsytring (Hoff-Clausen 2010: 40). De egenskapene som Aristoteles vektla med avsenderen i *Retorikken* blir avgjørende i den enkelte ytring. Det vil si at det inntrykket vi får av avsenderens karakter, kompetanse og velvilje i den enkelte del på nettsidene, kan skape troverdighet til virksomheten (Hoff-Clausen 2010: 39, 40). Jeg har tidligere vist at disse dimensjonene ved avsenderen er bestemmende for omdømmet også i moderne tid. Men den sistnevnte kategorien velvilje kan i praktisk bruk også ha bli kalt tilstedeværelse (Lund og Petersen 1999: 125-129). Disse personlige dimensjonene, som vi kan få et bilde av i den enkelte kommunikasjonsytring, blir også sentrale til slutt i den samlede vurdering av ethos på nett.

McCroskey belyser at den moderne ethos er et subjektivt og foranderlig fenomen, som ikke er like sterkt forbundet til avsenderens iboende karakteregenskaper: Mottakerens oppfatning på en gitt tid av kommunikasjonshandlingen og avsender er med på å konstruere ethos (McCroskey 2001: 83, 84). Derfor vektlegger han det dynamiske med den moderne troverdigheten, som jeg har vist tidligere. I forhold til min oppgave kan det være hensiktsmessig å være oppmerksom på dette. Årsaken er at Fødeseksjonen kan ha en foranderlig troverdighet. De vordende foreldre kan ha blitt påvirket av den massive mediekritikken, men kan endre oppfatning etter endt besøk på nettsidene.

Det virker uansett hensiktsmessig å vurdere hvilket inntrykk vi får av Fødeseksjonen i den forskjellige og enkeltvise kommunikasjonen på nettsiden basert på de tre troverdighetsdimensjonene. Grunnen er at opplevelsen av Fødeseksjonen i hver enkelt del kan henge sammen med de karaktertrekk som avdelingen fremstilles med.

Vår oppfatning av avsenderens moralske karakter skapes trolig basert på om han virker redelig, i tråd med den klassiske retorikken. Dersom avsenderen er ærlig i forhold til egne svakheter, kan dette føre til en sterkere karakter. Vi får tillit til ham og han virker troverdig for mottakerne (Kjeldsen 2013: 133). Det er derfor vesentlig å se hvordan Fødeseksjonen forholder seg til kritikken i nyhetsartiklene, fordi dette kan fortelle oss om de er ærlige i forhold til egne feil.

Den intertekstuelle og eksemplariske opplevelsen vi får på hjemmesiden av avsenderen, vil kunne tegne et bilde av avsenderens moralske karakter. Hoff-Clausen forklarer inter-tekstuel ethos som «den oppfattelse, der afstedkommes ud fra forholdet mellem flere ytringer» (Hoff-Clausen 2010: 40). Det er sentralt at det er et harmonisk forhold mellom de ulike delene og ytringene, for hvis ikke kan mottakeren bli i tvil i forhold til organisasjonens troverdighet (Hoff-Clausen 2010: 40). Warnick peker også på at det ikke bare er avsenderen i den enkelte ytring som skaper troverdighet på Internett, men at det heller er de gjentakende mønstre som blir avgjørende. Hun peker på at hypertekst best kan analyseres på systemnivå, som «a system of circulating signifiers in a larger discursive environment» (Warnick 1998: 76). På denne måten tar hun hensyn til Internettets hypertekst og den stadige dynamikk ved å forenkle kompleksiteten for forskeren. Det er derfor sentralt å vurdere om Fødeseksjonen presenteres på en lignende måte i de ulike deler av analyse materialet.

Eksemplarisk ethos er et perspektiv som skaper et inntrykk av avsenderen, basert på sammenhengen mellom ord og handlinger (Hoff-Clausen 2010: 40, 41). Hoff-Clausen viser på bakgrunn av Internettets oppbygning at det er naturlig å studere ethos ut ifra hvilke

adferdsmønstre en kan finne på avsenderens hjemmeside. Det er sentralt å vurdere om det er sammenheng mellom hvordan virksomheten fremstiller seg og hvordan den handler. I min oppgave velger jeg å vurdere om bildene understreker budskapet, fordi jeg mener at disse kan fungere illustrerende og utdypende i forhold til den gjeldende fødebehandling. Dette gjelder særlig i presentasjonsdelen.

Samtidig kan avsenderen ifølge tradisjonell retorikk, vise velvilje til mottakerne av budskapet gjennom å forholde seg til disse på en respektfull måte. Dette skjer hvis en organisasjon, som avsender, er bevisst den dialogiske kommunikasjonssituasjonen og tar høyde for deres målgruppes behov når nettsidene utformes. Årsaken er at dette kan vise at organisasjonen ønsker det beste for dem. Kjeldsen peker på at avsenderens intensjoner i særlig grad vektlegges under velvilje-kategorien (Kjeldsen 2013: 120). McCroskey viser at velviljekategorien i tidlig ethos-forskning gjerne kan kalles «oppfattet omsorg» (eng. «percieved caring»). Stikkordene for denne kategorien er empati, forståelse og evne til å gi passende respons. Kategorien handler om den omsorg som mottakerne opplever at avsender har for dem (McCroskey 2001: 86). Denne kategorien er omtrent det samme som eunoia i klassisk retorikk.

På bakgrunn av Internett, og den spesielle optikk dette mediet består av, er det også relevant å studere ethos ut fra et rituellet perspektiv, ifølge Hoff-Clausen (2010). Dette moderne perspektivet kan bidra til å vise om Fødeseksjonen har velvilje overfor den gravide. Ethos innenfor denne oppfatningen baseres på den forbindelsen som skapes mellom avsender og mottakere på hjemmesiden: Etableringen av denne relasjonen og opprettholdelsen av den over tid blir vesentlig. I sammenheng med Internettets kompleksitet og uoversiktighet argumenterer Hoff-Clausen for at hjemmesider, som skaper bånd mellom avsendere og mottakere, kan utgjøre en forskjell. Hoff-Clausen viser til at brukeren gjerne forminsker kompleksiteten, som nettet består av, gjennom å finne oversiktlige sammenhenger som virker meningsfylte og relevante for seg (Hoff-Clausen 2010: 41, 42).

Denne formen for troverdighet baseres på likheter og felles verdier og interesser mellom mottakeren og avsenderen. Det er sentralt at avsenderen stiller seg i likeverdige sko med mottakeren og trer inn i en «felles karakter». På nettsider kan dette skje i praksis gjennom at avsenderen deler en egenskap, og dermed en eller flere interesser med brukeren. På denne måten kan de tre inn i et «interessefellesskap» (Hoff-Clausen 2010: 42). Nettsidene kan tegne et identifiserende bilde av avsenderen som kan appellere til mottakeren. Det er derfor avgjørende for en nettsides troverdighet at den tar hensyn til mottakerens interesser i

utformingen, istedenfor å bare presentere hva virksomheten står for. På denne måten kan avsender og mottaker dele et fellesskap og dermed skape identifikasjon og samhørighet.

Hoff-Clausen presenterer på bakgrunn av de fire ulike perspektivene på troverdighet på hjemmesider et, skjema, som det kan være hensiktsmessig å anvende i min analyse (Se under).

Figur 1: Skjemaet forener tradisjonelle og moderne ethos-kategorier (Hoff-Clausen 2010:44).

<i>Kommunikation</i>	<i>Fremstilling af karakter gennem</i>	<i>Troværdigheds-kriterier</i>	<i>Ethos-perspektiver</i>	<i>Oplevede karakterdyder</i>	<i>Integreret opfattelse af afsenderen</i>
Hjemmeside	Teksterne	Kompetanse, moralsk karakter, velvilje	Tekstuel ethos	Kompetence (phronesis) Moralsk karakter (arete) Velvilje (eunoia)	Ethos
	Intertekstualiteten	Konsistens	Intertekstuel ethos		
	Handlingsmønstre	Konsekvens	Eksemplarisk ethos		
	Identitets-og relationsaftryk	Identifikasjon, samhørighet	Rituel ethos		

I dette skjemaet vektlegger hun også de tre ulike dimensjonene ved avsenderen, som Aristoteles mente var avgjørende for troverdigheten i den tradisjonelle retorikken. På bakgrunn av skjemaet, er det også mulig å se hvordan disse kategoriene henger sammen.

Figur 1 viser at de ulike dimensjonene ved avsenderen, som kompetanse, karakter og velvilje, blir avgjørende for troverdigheten. Dette får betydning på ulike nivåer. Jeg har nevnt at disse ulike egenskapene blir vesentlig på det tekstuelle nivået, altså i den enkelte ytring. Men Hoff-Clausen viser at disse dydene også blir utgangspunktet for den integrerte oppfattelsen av troverdigheten på hjemmesider, altså på et mer overordnet nivå.

Den tekstuelle ethos vil i stor grad skape et inntrykk av avsenderens kompetanse på det gjeldende område. Det er i den enkelte ytring eller på den enkelte hjemmeside at det skapes en opplevelse av om avsenderen har evnene til å benytte en formålstjenlig struktur for

stoffet eller temaet. Samtidig vil den samlede oppfattelsen av ethos i stor grad baseres på en vurdering av de tre egenskapene ved avsenderen. Dette betyr at Fødeseksjonen kan fremstå med kompetanse på enkeltområder av fødselsbehandlingen, hvis de presenterer denne på en hensiktsmessig måte. De tre karaktertrekkene; kompetanse, karakter og velvilje, vil være avgjørende for hovedinntrykket av Fødeseksjonen. Ved å benytte Hoff-Clausens fire perspektiver på troverdighet i tillegg til de tre tradisjonelle karaktertrekkene, vil en kunne vurdere nettsidens troverdighet på en helhetlig måte.

Den intertekstuelle og eksemplariske opplevelsen vi får på hjemmesiden av avsenderen, vil kunne tegne et bilde av avsenderens moralske karakter. Grunnene til dette er at det førstnevnte perspektivet av disse handler om avsenderen ytrer seg med konsistens, mens det andre vedrører om det er samsvar mellom ord og handlinger; Vi får tillit til en avsender som ikke sier imot seg selv og som gjør det han sier. Det er derfor sentralt at det er samsvar mellom de forskjellige ytringene på Fødeseksjonens nettsider. Et gjentagende budskap, sagt på forskjellige måter på nettsidene, skaper troverdighet til Fødeseksjonen. Samtidig er det relevant å se om fødepraksisen i virkeligheten er slik de forteller at den er på nettsidene gjennom bildenes budskap.

Til slutt vil det rituelle inntrykket skape en opplevelse av om avsenderen har velvilje overfor hjemmesidens brukere. Årsaken er at den rituelle opplevelsen baseres på den relasjonen, som de bak hjemmesiden, har til mottakerne. Kontakten mellom avsenderen og mottakeren blir gjerne eksplisitt uttrykt på hjemmesiden. Det er derfor vesentlig at Fødeseksjonen viser at institusjonen har tatt hensyn til målgruppene, som er de vordende foreldre og deres ansatte, i utformingen av nettsidene. Dette kan bli gjort ved at deres interesser, for eksempel fødebehandlingen, blir prioritert og gitt plass til på sidene. Samtidig kan utrykte målsetninger på nettsidene fortelle direkte om forholdet mellom avsender og mottaker.

Negativ medieomtale den siste tiden har trolig bidratt til å skade Fødeseksjonens ethos. Det er fremkommet opplysninger om faglige feilvurderinger, manglende etisk dømmekraft og svak ivaretagelse av de fødende. Fødeseksjonens ethos er derfor delvis ødelagt. Jeg understreker at kritikken i media er en utfordring i redegjørelsen av Fødeseksjonens retoriske situasjon.

Kjeldsen påpeker at selv om enkelte dimensjoner av vår ethos er skadet, kan vi likevel fremstå som overbevisende og troverdig (Kjeldsen 2013: 120). Fogg (2003) hevder, på den annen side, at det kan ta lang tid å bygge opp troverdigheten igjen, dersom ethos er skadet.

Han stiller også spørsmålsteget ved om det i det hele tatt lar seg gjøre å gjenopprette tillit igjen. Jørgensen og Onsberg viser at ethos er avgjørende i praktisk argumentasjon, og at hvis den først er ødelagt er det vanskelig å få tilslutning i argumentasjonen (Jørgensen og Onsberg 2008: 71).

Jeg vil i analysen min undersøke hvilke dimensjoner på nettsidene som vektlegges og tydeliggjøres for å gjenskape troverdighet og et godt omdømme.

3.2.2 Pathos

I kommunikasjonen kan en også påvirke gjennom å anvende pathos. Pathos er et virkemiddel som appellerer til mottakernes følelser og stemninger i situasjonen (Jørgensen og Onsberg 2008: 72). En rekke faktorer påvirker i hvor stor grad vi blir overbevist emosjonelt av det retoriske budskap, deriblant emnets betydning og de konsekvenser dette innbefatter. I tillegg kan den nærheten vi har til saken i tid og menneskene den berører, være vesentlig (Kjeldsen 2013: 309). I forhold til å undersøke hvordan de anvender pathos som virkemiddel på nettsidene, vil jeg studere nærmere bilder og annen visuell utforming, samt hvordan de omtaler emosjonelt krevende tema knyttet til fødselsprosessen. Det er aktuelt å se om de anvender verdiladete ord i presentasjonen av fødepraksisen, samt skaper en allianse med de fødende. Dette gjelder i alle de ulike analysedelene. Det er sentralt å se om følelsesmessig appell anvendes, for å imøtegå den vordende mors utrygghet rundt fødesituasjonen. Jeg vil vise at dette er en utfordring i Fødeseksjonens omgivelser.

3.2.3 Logos

Overbevisning i budskapet kan også skje gjennom at en anvender virkemiddelet logos. Dette virkemiddelet handler om å presentere og forklare sakens innhold på en rasjonell måte. Logos appellerer til fornuften og den rasjonelle siden ved tenkningen. Det vil ifølge Kjeldsen si at avsenderen gjerne tar utgangspunkt i et synspunkt, som han deler med mottakeren og som de er enige i. Han argumenterer på bakgrunn av dette synspunktet, fordi han da har større mulighet til å påvirke mottakeren med sitt budskap (Kjeldsen 2013: 151). Aristoteles retter også fokus på at overbevisende argumenter gjerne baseres på et felles synspunkt som avsender og mottaker deler. Han deler inn i tre ulike topoi, som betyr steder på gresk, og hentyder til ulike utgangspunkt for argumentet. Den andre, formelle topoi, handler om at rasjonelle tenkemåter fungerer som et utgangspunkt for argumentet (Aristoteles ifølge Kjeldsen 2013: 151, 152). Denne typen topoi er relevant i forbindelse med argumentasjonen i nyhetsartiklene, som vedrører kritikken som seksjonen har fått. Det er sentralt å se om felles

referansepunkt anvendes i argumentasjonen på en slik måte at det skapes troverdighet til seksjonen og dens fødebehandling. Jeg vil vurdere om nyhetsartiklene fungerer overbevisende gjennom argumentstyper som sammenligning, autoritetsargumentasjon og motargumentasjon. Jeg forklarer nærmere de forskjellige argumentasjonsformene i analysen når jeg anvender dem. Ved å undersøke dette kan jeg skape meg et inntrykk av om argumentene bidrar til å opprettholde, øke eller svekke troverdigheten til Fødeseksjonen. Jeg vil også vurdere om logos-appell bidrar til å avhjelpe den vordende mor og partneren sitt informasjonsbehov. Dette er også en utfordring i Fødeseksjonens situasjon, som jeg vil vise.

3.3 Visuell retorikk

Barthes har hatt avgjørende betydning for den kunnskapen vi har om visuell retorikk i dag. I «Billedets Retorik» retter han fokus på at vi finner mening i bildet gjennom å avlese det på to nivåer, denotasjonsnivået og konnotasjonsnivået. Denotasjonsnivået er den bokstavelige mening vi får fra tegnene, mens konnotasjonsnivået er de assosiasjoner og kulturelle verdier som vi knytter til disse tegnene (Barthes 1964: 47). Det er aktuelt å vurdere om bildene kan overbevise den vordende mor og far om Fødeseksjonens troverdighet og kompetanse gjennom at de kjenner igjen situasjoner knyttet til fødesituasjonen på disse. Slik kan bilder imøtegå utfordringen med usikkerhet rundt fødesituasjon gjennom å skape trygghet.

Barthes retter fokus på at «billedet er re-præsentation (gen-fremstilling)» (Barthes 1964: 45). Han viser at dette tradisjonelt har skapt debatt rundt bildets meningsskaping. Andre teoretikere, som for eksempel Kjeldsen, påpeker bildets ikoniske funksjon. Han vektlegger den spesielle egenskapen bildet har til å vekke emosjoner og påvirke gjennom mediert evidentia. Det vil si at det ligner på virkeligheten. Kjeldsen forklarer at den ikonisk emosjonelle funksjon handler om sterke følelser hos mottakeren som kan settes i sving gjennom at han eller hun kjenner seg igjen i bildet og opplever en nærhet til det (Kjeldsen 2002: 66-70, 84). Han viser bildets særegne evne til overbevise gjennom følelsesmessig appell også på denne måten:

«Takket være gjenkjennelighet eller likhet med det avbildede, kan ikoniske tegn som bilder fremkalle og bevege emosjoner, de utfører en emosjonell funksjon. Bilder har nemlig evnen til å fremstille noe så betrakteren får fornemmelsen av å se det med egne øyne. Når bilder viser noe som likner objekter, vesener og fenomener vi kjenner fra virkeligheten, vil dette synet potensielt fremkalle emosjoner som likner dem vi ville ha opplevd hvis vi selv hadde sett det samme i virkeligheten»

(Kjeldsen 2002:69)

Kjeldsen illustrerer at bildet har en egen funksjon når det gjelder å appellere til pathos og ethos. Bildets motiv virker levende og de følelser, som det representerer, kan mottakeren også oppleve. Kjeldsen viser også at fraværende objekter oppleves som nærværende gjennom at fotografiet bringer dem frem for mottakeren (Kjeldsen 2002: 69, 70). Barthes vektlegger også egenskapen bildet har til å skape nærvær. Han opplyser om en «ny kategori i tid og rum: stedlig nærvær og tidsmessig forskydning» (Barthes 1964: 52). På denne måten illustrerer han at bildet skaper en bevissthet om noe som har eksistert. Det har en troverdig virkning.

Engebretsen påpeker at det er en fordel å analysere bildene i forhold til den situasjonen de inngår i. Derfor bør de få mening på bakgrunn av den sosiale praksisen og den brukssituasjon de inngår i (Engebretsen 2013: 167). Bilder på nettsidene som viser harmoniske situasjoner av mor og barn, knyttet til fødselen og behandlingen, skaper trolig en opplevelse av at det hersker trygghet og kompetanse i fødesituasjonen ved Fødeseksjonen. På bakgrunn av dette kan de sannsynligvis skape tillit til seksjonens fødebehandling.

3.3.1 Virtuelle applikasjoner

Virtuelle applikasjoner er programmer som gir brukeren tilgang på et virtuelt univers. Nettsider kan inneholde forskjellige former for virtuelle applikasjoner som fungerer interaktivt. En virtuell applikasjon oppfordrer til deltagelse og opplevelse, gjennom individets styremuligheter (Bolter og Grusin 2001: 161). Menneskers reaksjoner og erfaringer, gjennom bruk av applikasjonene, kan skape overbevisning og troverdighet. De kan få de samme reaksjonene, som om de hadde opplevd applikasjonens omgivelser eller objekter i virkeligheten. Reaksjonen er derfor utgangspunktet for påvirkningen (Fogg 2003: 61).

Fagerjord viser på en betegnende måte til at «3D-verdener» har en beskrivende funksjon. Den skaper realistiske forventninger og innlevelse til rom eller landskap, fordi den oppfordrer til aktivitet (Fagerjord 2008: 64). Fogg peker på at en applikasjon kan gjøre omgivelsene tryggere og mer kontrollerbare, og at den også er preget av en slags målrettethet i henhold til aktivitet og oppførsel (Fogg 2003: 69, 70). Den virtuelle applikasjonen på Fødeseksjonens nettsider kan ha egenskaper som innbyr til dette, og den kan skape en tilsvarende opplevelse. Virtuelle applikasjoner har en evne til, i egenskap av medieteksters intensjon om å skape en umiddelbar nærhet, å gjengi virkeligheten mest mulig realistisk (Bolter og Grusin 2001). Jeg vil undersøke om den virtuelle applikasjonen skaper sanselig nærhet ved bruk av «gjennomsiktig» medieteknologi og gjennom hypermediering. Jeg forklarer begrepene i analysen når de tas i bruk.

Jeg vil særlig vurdere om den virtuelle applikasjonen skaper en trygg opplevelse av fødesituasjonen. I tillegg vil jeg undersøke om den kan bidra med å rette opp omdømmet til Fødeseksjonen, som kan være skadet på grunn av kritikken i media. Til sist blir det også relevant å vurdere om den gir de vordende foreldre hensiktsmessig informasjon i forkant av fødesituasjonen.

3.4 Samspillet mellom de forskjellige delene

Fagerjord viser at grensene mellom ulike modaliteter ikke er like klare på Internett. Det er vanlig med kombinasjoner av statiske kommunikasjonsformer, som skrift og bilde. I tillegg brukes det gjerne dynamiske uttrykk, som for eksempel video med lyd. Fagerjord viser at statiske modaliteter gjerne skaper oversikt, mens dynamiske modaliteter kan vise utvikling (Fagerjord 2008: 67). Det finnes også variasjoner. Språk kan beskrive noe nøyaktig. Samtidig er det andre kommunikasjonsformer som kan gi et bedre inntrykk av utseende og bevegelse, som for eksempel bilder og video (Fagerjord 2008: 68). Det er interessant å se om det foregår en arbeidsdeling mellom de ulike kommunikasjonsformene som virker hensiktsmessig på Fødeseksjonens nettsider. De ulike kommunikasjonsformene kan bidra til særpregede møter mellom retoren og mottakeren.

Fagerjord viser at to eller flere modaliteter som settes sammen på en nettside blir mindre flertydige på bakgrunn av at bare den betydning, som passer for kombinasjonen i helhet, blir gjeldende. Han opplyser om at det er hensiktsmessig å kunne sammenligne kombinasjoner av modaliteter med «flere stemmer som synger samtidig». Derfor trekker han frem ulike og nyttige begreper fra musikk, som kan hjelpe meg i møte med Fødeseksjonens nettsider. Han viser til at toner som harmonerer godt sammen kalles konsonante. Toner som fungerer disharmoniserende, altså urolige og anstrengte, får navnet dissonante. Jeg kan på bakgrunn av dette se om de ulike kommunikasjonsformene harmoniserer eller ikke på Fødeseksjonens nettsider (Fagerjord 2008: 68, 69).

Dette er sentral innsikt som jeg kan anvende i min analyse av Fødeseksjonens nettsider. Grunnen er at jeg har mulighet til å forstå hvilken ethos som etableres, på bakgrunn av kunnskap om hvordan ulike kommunikasjonsformer virker sammen. I tillegg kan jeg lettere vurdere hvilken funksjon de forskjellige modaliteter har for å imøtegå situasjonens utfordringer.

4. Fødeseksjonens retoriske situasjon

Jeg velger å beskrive Fødeseksjonens retoriske situasjon basert på de tre hovedelementene, ifølge Bitzer: Det påtrengende problem, publikum og vilkår (Bitzer 1968: 6). Jeg kan dra nytte av disse begrepene fordi de vil bidra til å skape en klarere situasjon og ramme rundt Fødeseksjonen og deres nettsider.

4.1 De påtrengende problem

Jeg starter med å beskrive Fødeseksjonens retoriske situasjon ved å ta utgangspunkt i de påtrengende problemene i omgivelsene (Bitzer 1968: 7). Dette er det mest sentrale elementet i situasjonen og kan legge føringer for den bestemte respons som behøves. Bitzer viser at den retoriske situasjonen fungerer strukturerende for den retoriske diskursen, som behøves. Han understreker at omgivelsene oppfordrer eller inviterer til en bestemt respons (Bitzer 1968: 6). Derfor kan vi, basert på en situasjonsbeskrivelse, lettere forstå hvilken respons som vil være passende på nettsidene. Jeg anvender et forsker-blikk og ser utfordringene i situasjonen gjennom Fødeseksjonens perspektiv. Årsaken er at det er denne organisasjonens oppgave å kommunisere på nettsidene for å forsøke å skape en endring.

Det første påtrengende problemet for avsenderen er gravides mangel på informasjon. De vordende foreldrene har trolig mange spørsmål rundt fødselsprosessen og selve fødselen. Derfor har de behov for informasjon og kunnskap om hva fødselsprosessen innebærer, særlig rundt fødselen: Det er vesentlig for den gravide kvinnen å få mer informasjon rundt hva som vil skje når hun skal føde på sitt fødested. Nærmere bestemt er de vordende foreldrene sannsynligvis interessert i å få vite hvordan dette skal skje. Derfor er det naturlig at de vil vite mest mulig om rutinene rundt fødebehandlingen, og om ulike problemstillinger. Camilla Crone Leinebø, ansatt i Kommunikasjonsavdelingen til Helse Bergen, uttrykker i et e-postintervju: ”Vi vet at vordende foreldre er aktive informasjonssøkere. All informasjon om fødselsprosessen kan hjelpe” (Leinebø 2012).

Denne informasjonsmangelen i Fødeseksjonens retoriske situasjon, oppfordrer til at responsen på nettsidene bør inneholde praktiske opplysninger om rutiner rundt fødebehandlingen. Dessuten vil en passende respons gjøre at de vordende foreldre får kjennskap til seksjonens ulike føde-enheter. Samtidig er det sentralt at de får bli kjent med de som arbeider ved Fødeseksjonen og deres kompetanseområder. Fødeseksjonen kan ta i bruk logos-apell på sine nettsider for å avhjelpe denne utfordringen.

Et annet påtrengende problem er nervøsitet og uro blant de fremtidige foreldre: Mange vordende foreldre er engstelige og spente for fødselen. Mange kvinner gruer seg med tanke på smerten forbundet med fødselen. I tillegg kan de være nervøse for utfallet. Enkelte kvinner kan føde naturlig og uten smertestillende, mens andre har behov for smertestillende medikamenter for å klare å gjennomføre fødselen. Det er også varierende hvor lenge fødslene varer. Dermed er det en rekke usikre faktorer rundt fødselen, som sannsynligvis kan bidra til at fremtidige foreldre kan oppleve utrygghet rundt den. De vordende foreldre er med andre ord i en sårbar posisjon, der de er lett mottakelige for informasjon. Derfor søker de informasjon, som kan gi dem stabilitet og ro rundt fødselen og fødselsprosessen.

Den retoriske diskursen på nettsidene kan understreke at det er trygt å føde ved seksjonen. I tillegg kan det være hensiktsmessig å skape et tilstedeværende bilde av at de ansatte viser omsorg overfor den fødende under fødesituasjonen. Dette kan i hovedsak foregå ved bruk av pathos-appell og kommunikasjonsformer som bilder og videoer, men også i tekst og tale.

En annen utfordring er de negative oppslagene som har vært mot Fødeseksjonen i media. Jeg har tidligere vist at det har vært en omfattende kritisk dekning av Kvinneklinikken i media over tid. Garnes belyser de negative konsekvensene av mediekritikken i et intervju i BT. Hun uttrykker at pasientene kan oppleve mer uro og mindre trygghet i forbindelse med de omtalte sakene (BT 17.10.14). Et av de negative oppslagene handler, som vi husker, om at barsel- og fødende kvinner vurderer kvaliteten av oppholdet ved Fødeseksjonen til stryk (BT 10.01.14).

Fylkeslegen har kommet med alvorlig kritikk mot Kvinneklinikken, som i stor grad berører Fødeseksjonen. Fylkeslegens kritikk mot Kvinneklinikken (Fylkeslegen 16.04.13) innbefatter fem ulike avvik. Jeg beskriver her det mest sentrale innholdet; Kritikken handler om at fødende får medvirke i for liten grad rundt valg knyttet til egen fødsel, og dette settes i sammenheng med hvordan avdelingen ledes. Dessuten rettes det et negativt fokus på seksjonens keisersnittpraksis, der det vises til at det har vært for høy terskel for å utføre denne typen fødsler.

Det har vært flere andre saker i media de siste årene, som også har hatt et lignende fokus på en litt avventende fødepraksis ved Fødeseksjonen. Dette gjelder både keisersnitt, men også gravide på overtid. Fra slutten av 2011 og frem til i dag har det for eksempel vært fokus på en manglende gjennomføring av keisersnitt ved seksjonen. I tillegg har de negative oppslagene mot Fødeseksjonen rettet oppmerksomhet på et høyt antall av dødfødsler ved

seksjonen, som en følge av at gravide går på overtid. Den sistnevnte kritikken går helt tilbake til 2010, men jeg velger å ta denne med, fordi jeg antar at nettsidene også i dag vil omhandle den negative medieomtalen.

Mange uheldige fødehistorier har manglende gjennomføring av keisersnitt som tema. I disse sakene prøver gjerne den gravide og partneren å gi beskjed om at noe er feil, og at de ønsker keisersnitt, men det tar ofte lang tid før det settes i gang. De fremtidige foreldrene føler seg ofte lite hørt. Vi hører både om barn som dør og om barn som får varige skader på grunn av dette (NRK 07.11.12, BT 29.10.11). Disse alvorlige konsekvensene blir gjerne uthevet i overskrifter og sitater og blir gjerne gitt et dramatisk uttrykk. Et eksempel som kan trekkes frem er en sak om «Nora»: «Først etter timer med feilvurderinger sa legen ja til keisersnitt. Da var Nora livløs og uten pust» (BT 27.10.12). Foreldrene peker på det de ser på som feilvurderinger av legene og andre ansatte i ettertid, i disse tilfellene. Derfor blir de ansatte ved seksjonen gjerne utpekt som syndebukker i oppslagene. Flere av sakene påpeker svikt og mangler ved fødebehandlingen på Fødeseksjonen.

NRK sine utsagn illustrerer hva som har vært den typiske ordlyden i kritikken av dødfødsler og det fenomen at gravide går på overtid. I en sak på nettsidene deres ble det skrevet følgende: «Flest barn dør ved svangerskap på overtid ved Haukeland Universitetssjukehus i Bergen» og «Haukeland verst» (NRK 22.02.11). Denne typen oppslag kan skape engstelse hos de vordende foreldre, og gi dem en virkelighetsoppfatning om at det er utrygt å føde ved Kvinneklinikken.

På bakgrunn av de negative oppslagene kan Fødeseksjonens ethos være skadet. I medieoppslagene rettes det fokus på faglige feilvurderinger, dårlig karakter og moral hos de ansatte og liten velvilje. Det tegnes et virkelighetsbilde av en fødebehandling som ikke ønsker det beste for sine pasienter, samt at det er farlig å føde ved seksjonen. Det er altså et skremmende og dystert virkelighetsbilde som i stor grad preger medienes framstilling av Fødeseksjonen. Avdelingen kan oppleve at det er en utfordring at gravide ikke stoler på deres fødebehandling, i lys av den massive mediekritikken.

Jeg kan i korthet nevne at Fødeseksjonen ved KK har respondert på noen av de ulike kritiske sakene i BT. Det er blant annet en oppfølgingssak i BT i etterkant av Fylkeslegens kritikk, der overskriften er «-Nå er KK på rett vei» (BT 05.06.14). I denne forteller klinikkdirektør Garnes om grepene de har tatt etter den negative kritikken. Hun viser blant annet til at kommunikasjonskurs skal bidra til at møtet mellom de ansatte og pasientene blir bedre.

Utfordringen med negative oppslag i media krever at nettsidene imøtegår disse på en strategisk og overbevisende måte. Dette kan foregå gjennom troverdig argumentasjon på nettsidene. Samtidig bør ikke dette ta for stor plass eller gis for stort fokus, derfor bør en minimalisere responsen og plassere den hensiktsmessig. I tillegg bør de i kommunikasjonen skape et mer positivt og trygt bilde av fødebehandlingen, som et motsvar til kritikken. Avsenderen bør konstruere et bilde av at de ansatte er til å stole på, dyktige og ivaretakende. Med en slik passende respons kan de imøtegå den fødende sine ønsker og behov for trygghet. I tillegg kan de forsøke å gjenoppbygge omdømmet.

Det er relevant å undersøke hvilken ethos som etableres på nettsidene for å imøtegå ulike utfordringer i Fødeseksjonens situasjon. Ikke minst er det aktuelt å se nærmere på hvordan denne troverdigheten skapes gjennom bruk av ulike responser og virkemidler på nettsidene. Ved å studere dette nærmere i den retoriske analysen, besvarer jeg også min problemstilling.

4.2 Publikum

Publikum i Fødeseksjonens situasjon er i hovedsak, som beskrevet, den vordende mor og hennes partner. De tre presserende problemene jeg peker på vedrører denne målgruppen, og den retoriske diskursen på nettsidene kan endre situasjonen til det bedre for dem. De kan oppleve en mangelfull situasjon, som kan bli besvart online. Da er det sentralt at de forskjellige responsene på nettsidene er tilpasset situasjonens utfordringer, som jeg har beskrevet over. Dette samsvarer med Bitzer (1968) sin vektlegging av at problemene blir retningsstyrende for hvem som er publikum for den retoriske kommunikasjonen og hvilke endringer som behøves. Det blir tydelig henvist til den vordende mor gjennom en direkte og personlig du-form på nettsidene.

4.3 Situasjonens vilkår

Bitzer vektlegger at vilkårene er tvingende omstendigheter, som enten øker eller reduserer muligheten for at en finner en løsning på problemet i situasjonen. Den første kategorien av vilkår som Bitzer introduserer er mennesker, interesser, argumenter, emosjoner, ting og hendelser (Bitzer ifølge Kjeldsen 2013: 87). Fødeseksjonens nettsider og den responsen som behøves må tilpasses at dette er behandlingsinformasjon for sårbare, vordende foreldre tilknyttet et sykehus.

Den andre kategorien av retoriske vilkår knyttes direkte til talerens retoriske egenskaper og hvordan han kommuniserer. Bitzer viser at talerens personlige karakter, hans

rasjonelle bevisgrunner, hans stil og emosjonelle appeller kan være andre viktige vilkår (ethos, pathos, logos) (Bitzer 1968: 8). Det vil si at hvordan Fødeseksjonen blir fremstilt som karakter er med på å skape vårt inntrykk av denne. Ikke minst vil den rasjonelle argumentasjonen, som anvendes på nettsidene av retoren, samt følelsesmessige appeller, skape et helhetlig bilde av ham. Dette kan bidra til å skape en opplevelse av om avsenderen er pålitelig eller ikke.

I tillegg legger valg av kommunikasjonsarena og form direkte føringer på hvilken respons som er mulig og hensiktsmessig for at Fødeseksjonen skal fremstå som troverdig. Kjeldsen forklarer at fysiske retoriske vilkår, som ulike medier og deres tekniske utforming, skaper begrensinger og muligheter (Kjeldsen 2013: 87). Internett, som medium og hjemmeside, som sjanger og system, preger derfor hvilket budskap som er passende på Fødeseksjonens nettsider. Jeg har tidligere i oppgaven pekt på at Internett kan skape andre rammevilkår for troverdighet enn den klassiske talen i antikken.

Nettsidene til Fødeseksjonen bør ta hensyn til Internettets kompleksitet, som skapes mye på grunn av hypertekst-struktur. Hjemmesiden kan virke kompleks både innholds- og uttrykksmessig for brukeren i hans resepsjonssituasjon (Hoff-Clausen 2010: 47). Avsenderen bør dermed hjelpe mottakerens resepsjon ved å redusere kompleksiteten. Hjemmesiden bør oppleves som effektiv i forhold til å kunne tilegne seg informasjon. På bakgrunn av dette bør en hjemmeside være målrettet, brukervennlig og oversiktlig (Hoff-Clausen 2010: 46, 47).

Ifølge Kjeldsen kan retoren bevisst dra nytte av de mulighetene som vilkårene skaper rom for gjennom retoriske virkemidler (Kjeldsen 2013: 86, 87). Dermed kan vilkårene også bidra til noe positivt om en spiller på lag med dem.

5. Analyse

I kapitlet om Fødeseksjonens retoriske situasjon har jeg rettet søkelys på i hovedsak tre påtrengende problem: Mangel på informasjon, utrygghet hos vordende foreldre, og at det har vært negativ omtale i media. Bitzer viser at det er problemene som blir styrende i situasjonen, og inviterer til en bestemt retorisk diskurs som kan endre denne (Bitzer 1968: 6, 7). Med andre ord vil den spesielle situasjonen rundt Fødeseksjonen kreve at det blir kommunisert på en bestemt måte på nettsidene: Situasjonen strukturerer den retoriske diskursen. Jeg vil undersøke om Fødeseksjonen kan løse disse problemene i situasjonen ved å komme med en passende retorisk diskurs på nettsidene. Dette vil kunne foregå dersom de tar hensyn til forskriftene i situasjonen, blant annet gjennom tilpasset stil og tema, og kommuniserer i tråd med disse (Bitzer ifølge Kjeldsen 2013: 88).

Ut ifra situasjonens problemer, som jeg har belyst under Fødeseksjonens retoriske situasjon, kan vi trekke disse slutningene for hva responsen bør inneholde: For det første er det en informasjonsmangel hos vordende mødre, som krever at nettsidenes kommunikasjon kommer med bestemt kunnskap rundt fødsel- og fødselsprosessen. Dette gjelder spesielt rundt føderutiner og ulike problemstillinger. For det andre er det et problem med utrygghet før fødesituasjonen, som oppfordrer til at responsen bør skape en opplevelse av sikkerhet og ro rundt denne spesielle situasjonen. Til slutt har det vært et problem med negativ kritikk mot Fødeseksjonen og deres fødebehandling. Denne utfordringen dikterer at kommunikasjonen besvarer denne negative omtalen gjennom argumentasjon, som kan stille Fødeseksjonen i et bedre lys.

Responsen kan, som vi husker, være vellykket og passende på to ulike måter. Den første måten er at responsen endrer situasjonen ved å korrigere den. Den andre kan skje ved at budskapet blir tatt godt imot i henhold til situasjonen (Kjeldsen 2006: 88, 89). Begge typer inneholder en form for endring, slik som de passende responser jeg har vist til over kan føre til.

5.1 Begrunnelse for valg av materiale

Fødeseksjonens nettsider består, som beskrevet innledningsvis, av et variert materiale. Jeg har derfor valgt en problemstilling som består av to ulike forskningsspørsmål. Jeg vil finne ut mer om hvilken ethos som etableres på Fødeseksjonens nettsider og hvilke retoriske grep og kommunikasjonsformer som tas i bruk for å imøtegå utfordringene i den retoriske situasjonen.

Dette kan vise hvordan Fødeseksjonen etablerer sin troverdighet på sine nettsider. Jeg har valgt fire sentrale deler av nettsidene datert 02.03.14 som mitt materiale, for å besvare disse spørsmålene. Hoff-Clausen argumenterer, som nevnt, for at det er hensiktsmessig å anvende forskningsspørsmål og å velge seg ut et avgrenset materiale i møte med Internett og hypertextens komplekse karakter (Hoff-Clausen 2008: 18).

De fire sentrale delene av responsen på nettsidene, som jeg mener er de viktigste å analysere nærmere, er de følgende:

1. Forsiden
2. Den virtuelle applikasjonen
3. Presentasjonsdelen
4. Nyhetsartiklene

Jeg vil begrunne mitt utvalg av nøkkelttekster ved å påpeke at disse delene av nettsidene i særlig grad fungerer som et svar på Fødeseksjonens situasjon og derfor er relevante. Nærmere bestemt responderer disse ulike delene på flere av utfordringene i Fødeseksjonens retoriske situasjon. I tillegg brukes det forskjellige kommunikasjonsformer og virkemidler. På bakgrunn av dette materialet kan jeg derfor forsøke å besvare min problemstilling. Hoff-Clausen har pekt på at det er sentralt å kunne begrunne sitt valg av nøkkelttekster. Særlig gjelder dette i konklusjonen (Hoff-Clausen 2008: 65).

Det er hensiktsmessig å analysere forsiden, fordi organisasjonen gjerne presenterer seg selv på denne. Dette kan minne litt om hvordan hovedsiden fungerer i nettaviser, der en strategisk velger ut det materiale en ønsker at leseren først skal treffe (Rasmussen 2006: 99). Forsiden er de vordende foreldres første møte med Fødeseksjonen og allerede i dette første møtet skapes et inntrykk av god eller dårlig fødepraksis og tilsvarende ethos. Den retoriske diskursen består i hovedsak av bilder, men også av tekst, lyd og video, samt en virtuell applikasjon og mange hyperlenker. Forsiden imøtegår i særlig grad utfordringen med utrygghet, gjennom den omfattende bildebruken og pathos-apell.

Jeg undersøker den virtuelle applikasjonen på bakgrunn av at den er plassert midt på forsiden og er det første brukerne møter. Den virtuelle applikasjonen er valgt fordi den er så sentral i forhold til å kunne skape tilstedeværelse og trygghet for de vordende foreldre, og at den kan minke følelsen av avstand i tid og rom. Denne delen av nettsiden er i hovedsak en passende respons på det påtrengende problemet med engstelse i forbindelse med fødesituasjonen. Den virtuelle applikasjonens kommunikasjonsform består særlig av mange ulike former for bildebruk, deriblant et virtuelt bilde og levende bilder eller videoer. Det

fremtredende virkemiddelet er pathos-apell, som jeg vil vise senere i analysen. Jeg har valgt presentasjons-videoene av fødeavdelingene «Storke» og «Fødeavdelinga» som mitt materiale. Årsaken er at alle de tre utfordringene i Fødeseksjonens retoriske situasjon, er knyttet til temaet fødsel. De to andre videoenes presentasjoner som er tilknyttet den virtuelle applikasjon, «Observasjonspost» og «Barsel», er ikke på samme måte knyttet opp til fødesituasjonen.

Jeg har prioritert å analysere presentasjonsdelen, ettersom nettsidene til Fødeseksjonen særlig består av dette. Presentasjonsdelen kan skape oversikt og særlig imøtegå de vordende foreldres informasjonsbehov. Disse delene består av tekstlig og visuell kommunikasjon, der de ulike underenhetene presenterer deres behandlingspraksis. Det mest fremtredende virkemiddelet i kommunikasjonen er logos-apell, som jeg vil begrunne. Jeg har valgt å ta utgangspunkt i presentasjonen av «Storke» og «Fødeavdelinga» også her, fordi disse underseksjonene har ansvar for fødsler.

Jeg vil også analysere to nyhetsartikler som ligger nederst på forsiden til Kvinneklinikkens nettsider. Den førstnevnte heter «Det er trygt å føde på KK» (Nyhetsartikkel 1) og den andre er navngitt «Får kritikk frå Fylkeslegen» (Nyhetsartikkel 2). Grunnen til at jeg har valgt disse nyhetsartiklene er at de inneholder en helt annen type retorikk enn de andre delene. De består blant annet av motargumentasjon i flere av de konfliktfylte sakene som berører gjeldende fødepraksis. I hovedsak er argumentasjonen tekstlig, men Nyhetsartikkel 1 inneholder også statistikk og et søylediagram. Den omfattende kritiske mediedekningen av Fødeseksjonen er, som tidligere belyst en utfordring. På bakgrunn av dette er det aktuelt å vurdere om Fødeseksjonen makter å gjenopprette sin troverdighet i nyhetsartiklene. Det fremtredende virkemiddelet er logos-apell, men denne understøttes av pathos -og ethos appell, som jeg vil demonstrere.

De to første delene av mitt materiale består i stor grad av visuelle uttrykksformer. Dette er typisk for den moderne retorikk i vårt århundre (Bogost 2007: 20-21). Det vil være interessant å studere om de visuelle virkemidlene i særlig grad gjennom følelsesmessig appell etablerer Fødeseksjonen med troverdighetsdimensjonen velvilje. De to sistnevnte delene består mye av tekstlig kommunikasjon. Jeg kan, ved å analysere disse delene, i særlig grad tilegne meg kompetanse om hvordan tekstlige former for kommunikasjon kan løse de presserende problemene, i den retoriske situasjonen.

5.2 Forsiden

HELSE BERGEN
Haukeland universitetssjukehus

English

Aktuelt Pasient Fag Jobb Media Om oss

Haukeland universitetssjukehus - Helse Bergen / Om oss / Avdelinger / Fødeseksjonen

Observasjonspost for gravide
Poliklinikk for gravide
Fødeavdeling
Storken
Barsel post 1
Barsel post 2
Rådgivningsenteret for mor og barn (Amme- Barsel- og Samtalepoliklinikk)
Seksjon for fostermedisin og ultralyd
Seksjon for assistert befruktning
Fysioterapi

Fødeseksjonen

Fødeseksjonen på Kvinneklivnikken (KK) ved Haukeland universitetssjukehus i Bergen, er den nest største føde/barseleininga i Noreg med om lag 5000 fødsler i året. I tillegg til å vere lokalsjukehus for Bergen og omegn, tek vi i mot fødande med komplikasjonar i svangerskapet frå heile Vestlandsregionen.

Velkommen til oss!

Les meir om:

Svangerskap Fødsel Barsel

Innleggingstelefonen for fødande
55 97 22 00
Ring for du reiser til KK
For andre spørsmål: 55 97 42 00

Admissions Line for women in labour in english
Numéro d'admission pour accouchement à la Maternité
Telefon dla kobiet rodzących do izby przyjęć w Kvinneklivnikken
Teléfono de ingreso en la Clínica de Maternidad para parturientas
Telefontka dumarka dhalaya ee la dhigayo Isbataal yaraha dumarka (Kvinneklivnikken)
Справочный телефон для родовых при Kvinneklivnikken
هاتف الإدخال إلى المستشفى للحوامل اللاتي سيلدن؟

Titt innom Fødeseksjonen og sjå deg om

Informasjonsmøte Fødefilm laga av Aarhus AUH Sjå video av ulike fødestillingar

Kontakt oss
Telefon 55 97 42 00
Telefaks 55 97 49 68

Besøksadresse
Kvinneklivnikken
Jonas Liesvei 72
5058 Bergen

Åpningstider
Ekspedisjon: 7.30-20.00

Kart til Kvinneklivnikken

Publisert 24.08.2011 09:07 | Endret 14.01.2014 11:18

Besøksadresse: Jonas Liesvei 65, 5021 Bergen | Postadresse: Postboks 1400, 5021 Bergen
Telefon frå utlandet: +47 55 97 50 00 | Org.nr.: 983 974 724 | Postmottak
Ansvarlig redaktør: Kommunikasjonsdirektør Mona Høgl
Nettredaktør: Kommunikasjonrådgivar Fredrik Lorentzen | Kommunikasjonsavdelinga

facebook twitter flickr YouTube Instagram

Bilde 1: Print-screen av forsiden til Fødeseksjonen 02.03.14.

Det kan være hensiktsmessig å tenke på at forsiden gjerne er strategisk bygget opp, fordi den kan skape et førsteinntrykk av institusjonen som helhet (Rasmussen 2006: 99). Det er derfor sentralt å se hvilket bilde den skaper av Fødeseksjonen. Det blir interessant å undersøke om seksjonen kan fremstå med en sterk troverdighet, som kan bygge opp igjen deres omdømme

etter kritikken i media. Dette kan skje hvis Fødeseksjonen fremstår med tydelige karaktertrekk i kommunikasjonen på forsiden.

Forsiden virker til å komme med en passende respons i forhold til problemet med nervøsitet og engstelse hos de vordende foreldre. Fødeseksjonen benytter en retorisk diskurs med utbredt bruk av bilder for å skape et harmonisk inntrykk av den gjeldende fødebehandlingen. Dette kan avhjelpe utfordringen med den negative medieomtalen. De visuelle virkemidlene, som i særlig grad appellerer til pathos, kan skape en forsvarlig opplevelse av fødepraksisen ved seksjonen.

På bakgrunn av dette, virker det som om den retoriske diskursen på forsiden er strukturert etter Fødeseksjonens gjeldende retoriske situasjon og de utfordringer denne består av: Vi må forstå forsiden som et svar på den gjeldende situasjon. Den spesielle kommunikasjonsformen med bilder kan skape troverdighet og vekke tillit, fordi de ligner på virkeligheten og skaper gjenkjenning og identifikasjon. Den virker til å ta hensyn til den gravides nervøsitet før fødsel, ved å dempe uro gjennom å vektlegge visuell kommunikasjon som signaliserer at alt kommer til å gå bra. Dette er et hensiktsmessig svar på situasjonen, hvis kritikken i media kan ha påvirket den fødendes opplevelse av Fødeseksjonen.

Forsiden består av en kort introduksjonstekst med viktige opplysninger om avdelingens fødepraksis. I tillegg består den av bilder og videoer, som lenker videre til annet sentralt innhold om fødesituasjonen. Det presenteres også sentral kontaktinformasjon til avdelingen. På denne måten er forsiden en informasjonsressurs og et svar til den gravide med et informasjonsbehov.

Responsen på forsiden virker til å imøtegå alle de utfordringer Fødeseksjonen står overfor, som jeg har beskrevet under den retoriske situasjon. Med andre ord kan denne responsen skape en forskjell for publikum, som er den gravide og partneren, ved å være et svar på disse problemene. Bitzer poengterer at problemene i situasjonen inviterer til en bestemt og passende respons, som kan skape endring (Bitzer 1968: 5-7). Kjeldsen vektlegger at den retoriske diskursen er vellykket om den oppstår som et passende svar på omgivelsenes utfordringer (Kjeldsen 2006: 88). Dette samsvarer også med at retorikken er målrettet og virkningsfull, fordi publikum kan få endrede tanker og følelser. Det blir interessant å vurdere hvordan samspillet mellom bilde og tekst fungerer på forsiden både for å besvare problemene i situasjonen, men også for å skape tillit.

5.2.1 Forsiden er en informasjonskanal

Nettsidens oppbygning kan ha betydning for mottakerens opplevelse av retoren (Hoff-Clausen 2008: 91). Fødeseksjonens forside presenterer mye informasjon om fødesituasjon og -behandling. På denne måten kan den være en passende respons på utfordringen med den gravides kunnskapsmangel i forkant av fødsel: De vordende foreldre er, som vi vet, aktive informasjonssøkere og ønsker derfor relevant kunnskap om fødesituasjon og den generelle fødselsprosessen (Leinebø 2012). På forsiden er det flere hyperlenker og i tillegg en kort introduksjonstekst, som har informasjonsverdi. Den er derfor bygget opp etter Internettets typiske hypertekststruktur og kan være en informasjonsressurs: Det er mange bilde og -videolenker, som kan ta deg videre til nytt relevant innhold andre steder på nettsiden om fødebehandlingen. Slik kan forsiden bidra til samhandling og at den vordende mor kan finne den kunnskap hun trenger. Den vordende mor må aktivt utforske forsiden for å finne den informasjon hun ønsker. På denne måten oppstår det også en slags kontakt mellom henne og Fødeseksjonen, siden hun er nødt til å engasjere seg for å finne den riktige kunnskapen.

Det kan være verdt å være oppmerksom på at de valgte hypertekstlenkene også kan ha en egen retorisk verdi og virkning, ettersom disse gjerne får oppmerksomhet på hjemmesider. Det virker som om forsidents hypertekstlenker kan skape et faglig inntrykk av kontroll, fordi fagord, og ikke minst begreper, som anvendes skaper en opplevelse av dette. Hypertekstlenkene «Stikkordregister», «Svangerskap», «Fødsel», «Informasjonsmøte» og «Terminkontroll» er noen av disse.

Forsiden har en Meny som skaper oversikt over seksjonens ulike underseksjoner: «Observasjonspost for gravide», «Poliklinikk for gravide», «Fødeavdelinga», «Storken», «Barsel post 1», «Barsel post 2», «Rådgivingscenteret for mor og barn», «Seksjon for fostermedisin og ultralyd», «Seksjon for assistert befruktning» og «Fysioterapi». Menyen på nettsider kan skape tillit, fordi den gjerne representerer det en organisasjon står for. Hoff-Clausen peker på at menyen gjerne har en ethos-appell, fordi den karakteriserer hva avsenderen synes er relevant og står for (Hoff-Clausen 2008: 119,120). Mottakeren kan oppleve Fødeseksjonen som kompetent i lys av dens mange ulike faglige underenheter, som er presentert.

Hvis den vordende mor går inn på undermenyene finner hun en tekstlig presentasjon av de ulike enheter med tilhørende bilder. For eksempel blir fødeseksjonene «Storken» og «Fødeavdelinga» henvist til her. Slik kan den gravide finne relevant kunnskap om

Fødeseksjonens to ulike fødeenheter og på denne måten forberede seg til sin egen fødsel. Det er mange valgmuligheter på forsiden, som er presentert gjennom denne strukturen.

Det virker som at Internettets multimodalitet blir tatt i bruk for å presentere Fødeseksjonens fødetilbud. Grunnen er at det benyttes mange ulike kommunikasjonsformer for å presentere avdelingens fødebehandling på forsiden. Jeg kan i korthet nevne at tekst, bilder og videoer med lyd blir tatt i bruk på forsiden. En vertikal applikasjon bidrar også til at mottakeren gjennom et virtuelt bilde kan bevege og se seg rundt inne på Fødeseksjonen.

Informasjonen blir gjennom denne oppbygningen på forsiden hensiktsmessig presentert. Forsiden består, som nevnt, blant annet av bildelenker til et «Stikkordregister» med kunnskap om de tre ulike fasene i fødselsprosessen. Et bilde av Fødeseksjonsbygget kommer under dette, som en inngang til den vertikale applikasjonen med tilhørende videoer. Nederst er det tre ulike bilder, som fungerer som hyperlenker til annet innhold, det vil si tekstlig informasjon og/eller videoer. En kan for eksempel finne tekstlig og relevant informasjon under «Terminkontroll».

Det virker som at bilde- og videolenkene på forsiden både har en opplevelsesverdi, men også en nytteverdi siden den hjelper den gravide videre på nettsiden. Forsiden blir derfor en kunnskapsressurs som den gravide kan ta i bruk, fordi det ligger så mye variert informasjon her. I henhold til Fødeseksjonens retoriske situasjon, der vi vet at den gravide ønsker mer kjennskap til fødebehandlingen, er forsiden en passende respons. Hyperlenkene bidrar til at den vordende mor får mulighet til å bli kjent med Fødeseksjonens fødebehandling og -praksis på mange ulike måter. I tillegg oppfordres det til at de vordende foreldre får mer kjennskap til den generelle fødselsprosessen. Slik skapes det en relasjon mellom Fødeseksjonen og de kommende mødrene.

Forsiden oppfordrer til dette gjennom at bildelenker også bidrar til at de fremtidige foreldre kan få nærmere informasjon om de ulike fasene knyttet til fødebehandlingen, for eksempel under stikkordregisteret. Det hentydes til at den gravide kan lese mer om «Svangerskap», «Fødsel» og «Barsel». Hvis den fremtidige mor tar i bruk en av disse lenkene, for eksempel «Fødsel», kommer hun inn på et alfabetisk stikkordregister om ulike temaer knyttet til dette. Dermed kan hun finne relevant og kvalitetsikret informasjon om enkeltvis emner. For eksempel kan hun lese om «Fødselsangst» og «Smertelindring». Denne type informasjon kan være nyttig for den gravide med et informasjonsbehov og kan også skape trygghet. I tillegg kan den gravide og partneren gjennom den vertikale applikasjonen, som beskrevet, få se hvordan Fødeseksjonen ser ut på utsiden og inni. Samtidig kan de få

nærmere informasjon om fødsler gjennom å spille av applikasjonens presentasjons-videoer av «Storken» og «Fødeavdelinga».

Jeg vil nå vise at introduksjonsteksten på forsiden i særlig grad gir sentral informasjon om avdelingen og fødebehandlingen. På denne måten kan den korte teksten avhjelpe utfordringen med den gravides mangel på kunnskap i forkant av fødselen. Samtidig kan den korte teksten skape trygghet. I tillegg kan det se ut som at den forsøker å skape et bedre bilde av seksjonen. Dermed kan introduksjonsteksten imøtegå problemet som knyttes til den gravides uro før fødselen. I tillegg kan den løse utfordringen med negativ omtale ved å balansere denne.

Introduksjonstekst

Informasjonen i den korte teksten beskriver størrelsen på avdelingen og hvor mange barn som fødes her hvert år. Nærmere bestemt informeres det i kommunikasjonen om at seksjonen er den «nest største føde/barseleininga i Noreg» og at det skjer «5000 fødsler i året». Derfor får det fremtidige foreldreparet essensielle opplysninger om fødestedet, som at seksjonen er veletablert og blant de største i Norge. Dette er kunnskap som kan skape trygghet rundt deres framtidige fødsel. I tillegg opplyses det om at «I tillegg til å vere lokalsjukehus for Bergen og omegn, tek vi i mot fødande med komplikasjonar i svangerskapet frå heile Vestlandsregionen».

Det blir pekt på at avdelingen også har kompetanse når det gjelder kompliserte fødsler. Dette er viktig informasjon for den vordende mor, som da vet at Fødeseksjonens ansatte også har erfaring med denne typen fødsler. Dette kan også skape en opplevelse av kontroll før den gravides fødsel. Dessuten får hun kjennskap til at rekkevidden av tilbudet gjelder for Bergen og hele Vestlandet under spesielt krevende tilfeller. Vi ser at virkemiddelet logos, altså saklig presentasjon, brukes for å skape følelsesmessig appell, pathos. Samtidig avsluttes denne korte teksten med «Velkommen til oss!». Fødeseksjonen virker derfor som at de bryr seg om de fødende ved å invitere dem til seksjonen. Den retoriske diskursen kan skape endring både når det gjelder følelser og tanker hos mottakeren, fordi den både legger opp til å ha en betryggende og opplysende funksjon: Den vordende mor får bli kjent med Fødeseksjonen og kan samtidig bli beroliget før sin kommende fødsel. Ikke minst skapes det et godt og troverdig bilde av avdelingen som en kompetent behandlingsinstitusjon. Fødeseksjonen kan også fremstå som imøtekomende når den avslutter den korte introduksjonsteksten med å uttrykke «Velkommen til oss!». Dette kan bygge bånd mellom den gravide og Fødeseksjonen.

Det presenteres viktige kontaktopplysninger på forsiden: Innleggings-telefonnummer for fødende blir oppgitt i store tall på høyre side i en grå ramme. I mindre tall presenteres et annet nummer, som gjelder generelle spørsmål. Den gravide og partneren kan slik få kontakt og informasjon i forbindelse med fødsel. Det er ikke synliggjort en tilgjengelighet og responstid via chattelinje eller telefon for annen informasjon.

Den varierte kommunikasjonen på forsiden skaper en passende respons i forhold til den gravides informasjonsbehov. Dette kan avhjelpe den gravides informasjonsmangel på ulike og utfyllende måter i forhold til fødesituasjon og fødested. Denne bestemte responsen kan videre skape troverdighet, dersom den oppleves som brukervennlig, effektiv, oversiktlig og betydningsfull (Hoff-Clausen 2010: 47).

Tekst og bilder i et harmonisk samspill

Budskapet gjennom bildene på forsiden og den korte introduksjonsteksten samsvarer og utfyller hverandre. Jeg har tidligere vist at denne teksten i hovedsak presenterer at Fødeseksjonen er en godt etablert fødepraksis, som har den nødvendige kompetansen. Bildene viser eksempler på at den gravide eller mor og barn har det bra på Fødeseksjonen. De viser at pasientene blir godt ivaretatt ved seksjonen, selv om de ansatte er lite synlig på bildene. Fagerjord viser at bildet gjerne har en beskrivende funksjon (Fagerjord 2008: 41). Det iscenesettes en harmonisk fødeinstitusjon, der den gravide eller mor og barn er i sentrum.

5.2.2 Bildene kan skape nærvær

Identifikasjon og tilstedeværelse

Bildene på forsiden kan skape trygghet til fødebehandlingen ved Fødeseksjonen. Grunnen er at sterke følelser kan aktiveres hos den vordende mor og far ved at de kjenner igjen situasjoner knyttet til fødebehandlingen på bilder på nettsiden og identifiserer seg med disse. Kjeldsen argumenterer for at bildets ikoniske emosjonelle funksjon kan påvirke mottakeren fordi han eller hun kjenner seg igjen og opplever en nærhet til det (Kjeldsen 2002: 66-69, 84). De vordende foreldrene kan oppleve en nærhet til situasjonene og menneskene på bildene, fordi de snart skal gjennom en fødsel selv. Bildene fremstiller i hovedsak situasjoner som kan fremme en forsvarlig og tilstedeværende opplevelse av fødebehandlingen i nå-tid. De fungerer illustrerende, det vil si at de viser korte glimt som kan være tatt ut fra den virkelige fødebehandlingen ved avdelingen. Det tegnes et bilde av en rolig fødebehandling, der den vordende mor har det bra. Dette er hensiktsmessig med tanke på at mange gravide gruer seg

for å føde. Denne typen bilder kan fungere beroligende i forkant av fødesituasjonen. Samtidig kan bildets nærvær skape sikkerhet, fordi den vordende mor kan oppleve det som at hun har vært på seksjonen i forkant av sin egen fødsel. Dette kan skape en forsikring om at alt vil gå bra for den gravide under fødselen. Dette fremstår som en passende diskurs til omgivelsene som består av nervøse gravide.

Kjeldsen (2002) påpeker den særegne evnen bildet har til å vekke emosjoner og overtalelse gjennom mediert evidens, altså gjennom det faktum at det ligner på virkeligheten. Han viser at bildet har en egen funksjon når det gjelder å appellere til pathos og ethos. Kjeldsen argumenterer for at bildets motiv kan virke realistisk for mottakeren og skape nærhet. Barthes påpeker at bildet skaper nærvær, fordi det gir en bevissthet om noe som eksisterer eller har eksistert (Barthes 1964: 152). Alle de ulike bildene på forsiden kan knyttes til selve fødesituasjon, eller ulike deler av fødselsbehandlingen. Det virker som at det hersker ro og kontroll på disse bildene. Derfor kan forsidents bilder og virkemidler erstatte de vordende foreldres frykt med en følelse av trygghet. Jeg har i beskrivelsen av Fødeseksjonens retoriske situasjon vist at mange kvinner er redde for å føde, fordi de vet at det kan være smertefullt og krevende. Den valgte framstillingen på forsiden, som ved bruk av bilder underbygger verdien av trygg fødebehandling, blir fremtredende og kan overbevise.

Målgruppen kan få et inntrykk av at de ser rett inn på Fødeseksjonens fødebehandling gjennom den utbredte bildebruken på forsiden. Jeg vil nå vise at bildene kan fungere tillitsvekkende. Dette vil jeg gjøre ved å ta i bruk Bitzers begrep i forhold til bildets retorikk, som er denotasjonsnivå og konnotasjonsnivå. Denotasjonsnivået er, som tidligere nevnt, den bokstavelige mening vi får fra tegnene i de ulike situasjonene på bildene. Konnotasjonsnivået baseres på kulturelle referanser og kan knytte disse situasjonene til de ulike fasene i fødselsprosessen (Barthes 1968: 47).

Stereotypiske fødesituasjoner

Jeg vil gjennom bildeanalysen rette fokus på at det gjerne er stereotypiske situasjoner som får oppmerksomhet på bildene, som den vordende mor lett kan identifisere seg med. Dette kan skape en relasjon mellom den gravide og Fødeseksjonen i hennes bearbeidingsprosess. De tre øverste bildene presenteres i horisontal rekke, i forbindelse med ”Stikkordregisteret”. Dette er de følgende bildene på denotasjonsnivå: En gravid mage (”Svangerskap”), et nyfødt barn på mors bryst (”Fødsel”) og en baby som ammes (”Barsel”). Bildene fungerer som hyperlenker til stikkordregisteret og de ulike fasene i fødselsprosessen, som jeg har navngitt i parentes over. Det førstnevnte bildet viser mer detaljert at en gravid dame holder på sin mage

med to hender. Utsnittet bidrar til at det i hovedsak er den gravide magen som kommer i fokus. Det andre bildet viser at en mor ser ned på sitt nyfødte barn, som ligger på hennes bryst. Barnet har litt vått hår og ligger under et håndkle. Det sistnevnte bildet viser ansiktet på en baby som ammes. Vi ser at babyen ser opp mens den har et grep rundt morens bryst.

Alle de tre ulike bilder viser typiske motiv som det er lett å forbinde til de forskjellige fasene i fødselsprosessen. På et konnotasjonsnivå er det naturlig å forbinde en gravid mage med svangerskap. I tillegg er det typisk å forbinde et nyfødt barn på mors bryst med en fødesituasjonen. Til slutt blir en baby, som ammes gjerne forbundet med barselstid. Samtidig hjelper tilhørende hypertextlenk eller tekst til å stadfeste disse tolkningene.

Det virker ikke tilfeldig at disse situasjonene er valgt ut. Det legger lettere opp til identifikasjon hos mottakeren når det er stereotypiske forestillinger fra fødebehandling som trekkes fram. Det virker som at disse situasjonene knyttet til fødebehandling fremstilles på en tillitsvekkende måte. I tillegg er det lyse farger og mye hud som preger disse bildene. Dette skaper en lett og positiv opplevelse av bildene og fødebehandling for den gravide. Det er naturlig at andre tilleggs-betydninger fra bildene, kan være harmoni og trygghet. Dette er formålstjenlige konnotasjoner for Fødeseksjonen, som kan smitte over på brukeren når hun vurderer nettsidene helhetlig.

5.2.3 Bildene representerer Fødeseksjonens fødepraksis

En rolig gjengivelse av fødesituasjonen

Bildene tar vesentlig plass på forsiden og blir et blikkefang. Det er naturlig at brukerens opplevelse av bildene er sentral for om Fødeseksjonen fremstår troverdig. Barthes peker på at «billedet er re-præsentation (gen-fremstilling)» (Barthes 1964: 45). Bildet kan derfor ha en troverdig virkning, selv om det også har vært diskusjon rundt om det skaper mening. Fagerjord mener at bilder gjerne fungerer troverdig, fordi de viser noe «virkelig» som har vært foran kamera i fortid (Fagerjord 2008: 42).

Engebretsen poengterer at de visuelle tegnene alltid står i sammenheng med en kontekst eller kulturell praksis. Dette gjelder både i forhold til den virkelighetsoppfatning de skal representere og de aktørene som står bak den (Engebretsen 2013: 167). Vi forbinder lett den opplevelsen vi får av en hjemmeside og dens bildebruk med organisasjonen som står bak denne. Fødeseksjonens forside virker i hovedsak til å være harmonisk og strukturert. På denne måten kan den balansere det dramatiske inntrykket i de negative sakene som media kan ha skapt. Den kan vise at det er ro og orden som preger avdelingen og fødesituasjon. Slik kan

responsen på denne delen av nettsiden sees i direkte sammenheng med den konfliktfylte situasjon seksjonen inngår i.

Bildene på forsiden presenteres typisk som rolige og avstressende. Slik kan bildene avhjelpe problemet med den negative kritikken som har vært i media mot seksjonen. De kan være en motvekt til de skremmende fødehistoriene med tragiske utfall. Grunnen er at de kan skape et virkelighetsbilde av en fødeinstitusjon som har kontroll under fødebehandlingen og bidrar til forsvarlige fødselsopplevelser.

Hyperteksten fungerer forankrende

Det virker som at hyperteksten til de ulike bildene og videoene er tilpasset deres innhold på forsiden og fungerer forankrende. Det betyr at de hjelper oss med å finne bildenes og videoenes betydning. Barthes har vist at bildet kan ha mange tolkningsmuligheter, og at teksten rundt derfor kan hjelpe oss med å finne mening i bildet. Teksten har da en forankrende funksjon (Barthes 1964: 48, 49). Hypertekst og det tilhørende bilde/video på Fødeseksjonens forsider harmoniserer og ifølge musikkpråket kalles dette samspillet for konsonant (Fagerjord 2008: 68).

Jeg har beskrevet at bildene og videoene på forsiden kjennetegnes av en harmonisk fremstilling, som det er enkelt å forbinde med bestemte faser i fødebehandlingen. Hyperteksten hjelper til med å stadfeste dette. De resterende bildene og videoene på framsiden, som også fungerer som lenker til annet innhold, samsvarer med disse tendensene: På det grafiske bildet nederst til venstre får vi på denotasjonsnivået se profilen til en gravid dame i grønne farger fra lårene og opp til pannen. Den gravide magen blir fremtredende på bildet. Vi kan på konnotasjonsnivå kategorisere bildet under fasen graviditet i fødebehandlingen. Det er lett å kjenne igjen denne fasen ved at magen kommer i fokus. Bildet fungerer som en lenke til hyperteksten «Informasjonsmøte». Det virker hensiktsmessig at det foregår informasjonsmøte under svangerskapet, som teksten henviser videre til. Dette gir gjenklang. I midten nederst på forsiden vises det på denotasjonsnivået en kvinne som holder rundt nakken på en mann og støtter seg på ham. Hyperteksten «Fødevideo av Aarhus AUF» bidrar til at vi forstår at bildet skal forestille en fødesituasjon. På konnotasjonsnivå kan vi tenke at bildet skal være et eksempel på dette. Dermed kan vi se at hyperteksten fungerer retningsgivende for hvilken endelig mening vi finner i bildene. I tillegg passer hypertekst og bilde godt sammen.

Bildet nederst til høyre viser på denotasjonsnivå en gravid kvinne som sitter med bøyde bein. Nærmere bestemt sitter hun rolig og litt smilende foran en seng mellom bena på

en eldre kvinne. En av de ansatte ved Fødeseksjonen sitter foran den gravide og holder henne på knærne. Hun ser på den gravide. Den ansatte virker til å være aktivt hjelpende og tilstede. Det visuelle bildet fungerer som en lenke til teksten «Sjå video av ulike fødestillingar». Mottakeren kan på grunnlag av dette trekke en slutning om at damen på bildet demonstrerer en fødestilling på konnotasjonsnivå. Dette er bare et eksempel på at det er typiske situasjoner i forbindelse med fødebehandlingen, der det virker som det råder trygghet, som vektlegges å vise fram på forsiden. Disse er det enkelt for den gravide og partneren å kjenne seg igjen i og få en forbindelse til gjennom hypertekst og bilde.

Jeg vil nå vurdere om Fødeseksjonens forside skaper tillit ved å vektlegge de tre troverdighetsdimensjonene: Kompetanse, karakter og velvilje. Det er videre sentralt å undersøke hvilken opplevelse av Fødeseksjonen som skapes hos mottakeren i tråd med moderne teorier om troverdighet (McCroskey 2001, Hoff-Clausen 2010).

5.2.4 Fødeseksjonens troverdighet på forsiden

Velvilje

Kjeldsen uttrykker at hvordan avsenderen forholder seg til tilhørerne er vesentlig for om han fremstår som imøtekommende (Kjeldsen 2013: 133). Hoff-Clausen opplyser at denne type troverdighet, som hun kaller rituell ethos, handler om kontakten som skapes mellom avsender og mottakere på hjemmesiden (Hoff-Clausen 2010: 42, 43). Det blir viet stor plass til temaer om fødsler og fødselsprosessen på bilde- og videolenkene, samt i introduksjonsteksten på forsiden. Dette er temaer som de fødende sannsynligvis er interessert i. På denne måten virker det som at Fødeseksjonen har tatt hensyn til den gravidens spesielle situasjon og interesser i utformingen av forsiden. Dessuten bidrar hypertekstlenker og den virtuelle applikasjon til at den vordende mor kan interagere på Fødeseksjonens nettsider. Slik kan hun oppleve en slags kontakt med seksjonen. Nettets muligheter for samhandling blir derfor til en viss grad utnyttet. Hun ønskes «Velkommen» i den korte introduksjonsteksten til slutt, og dette kan skape et hyggelig inntrykk av Fødeseksjonens ansatte. Årsaken er at de virker til å bry seg om den fremtidige pasienten.

De ansatte virker til å verdsette verdien av trygg fødsel når vi ser at det bare er rolige bilder av fødebehandlingen som er valgt ut på forsiden. Den vordende mor er sannsynligvis også opptatt av en forsvarlig og god fødebehandling basert på Fødeseksjonens retoriske situasjon. Derfor kan det bli bekreftet en sosial samhörighet på forsiden ved at denne felles interessen og verdien vies plass. Et felles verdigrunnlag og interesser er avgjørende for å

etablere denne type ethos. Grunnen er at dette kan skape identifikasjon og bånd mellom avsender og mottaker (Hoff-Clausen 2010: 42, 43).

Fødeseksjonen kan derfor vise gjennom bildebruk at det ikke er farlig å føde og at det som regel går bra. De virker derfor til å ta hensyn til de fødende og deres emosjoner i utformingen av forsiden. Introduksjonsteksten kan også skape en forsvarlig opplevelse av seksjonens fødepraksis. McCroskey viser at kategorien «caring» handler om å kunne innta perspektivet til mottakeren og å bry seg om det denne er opptatt av. I tillegg handler denne kategorien om å prøve å løse mottakerens utfordringer (McCroskey 2001: 86, 87). Vi ser her at Fødeseksjonen inntar en omsorgsfull posisjon overfor de fødende gjennom i hovedsak å kommunisere med bilder, men også med tekst på forsiden.

Karakter

Fødeseksjonens karakter blir fremtredende gjennom avdelingens presentasjon på forsiden. Inntrykket av intertekstuell ethos og eksemplarisk ethos kan fortelle oss nærmere om mottakerens moralske karakter (Hoff-Clausen 2010: 45). Den gravide kan feste lit til Fødeseksjonen dersom inntrykket mellom tekst og bilde samsvarer og er konsistent i alle deler. Fødeseksjonen kan fremstå med integritet, dersom de kommunikasjonshandlinger avdelingen fremstår med stemmer i forhold til de uttrykte verdier og intensjoner den har. Blant annet kan dette undersøkes ved å vurdere bildenes meningsinnhold i forhold til tekst. Gjennomgående presenteres vi for bilde og tekst der Fødeseksjonen virker ansvarsfull, har erfaring og der pasienten er i sentrum. Den underbygger dette ved å velge bilder som fremstiller gravide- og mor/barn-situasjoner, og i mindre grad viser de ansatte og deres rolle. Teksten utdyper Fødeseksjonens brede nedslagsfelt på Vestlandet og deres oppgave i forhold til kompliserte svangerskap og fødsler. Antall årlige fødsler oppgis, og dette skaper et inntrykk av en solid fødeinstitusjon.

Det virker som at Fødeseksjonen fremstår med intertekstuell ethos, fordi det gjentagende gis et redelig inntrykk av avdelingen på forsiden. Denne formen for troverdighet baseres i særlig grad på mønstrene i budskapet fra avsenderen på grunn av Internettets hypertekststruktur (Warnick 1998: 76). Disse tydelige trekkene blir vesentlig for vår oppfatning av avsenderen. I tillegg kan avdelingen fremstå med eksemplarisk ethos, fordi bilder kan underbygge budskapet i introduksjonsteksten. De kan vise at avdelingen er en veletablert fødeavdeling, slik som teksten påpeker. I hovedsak skjer dette gjennom illustrerende bilder som iscenesetter en harmonisk fødeinstitusjon. Hoff-Clausen opplyser om

at eksemplarisk ethos skaper et inntrykk av avsenderen basert på sammenhengen mellom ord og handlinger (Hoff-Clausen 2010: 40, 41).

Kompetanse

Det anvendes rasjonell kommunikasjon på forsiden, og på bakgrunn av dette fremstår Fødeseksjonen som kompetent og med tekstuel ethos. Hoff-Clausen viser til at avsenderens evne til å presentere stoffet hensiktsmessig skaper et inntrykk av avsenderens kompetanse (Hoff-Clausen 2010: 45). Fødeseksjonen, som retor, virker til å løse problemet med den gravides informasjonsmangel på forsiden. Det er mange lenker videre til relevant kunnskap om fødesituasjonen og fødselsprosessen. Jeg har vist at dette kan dekke det informasjonsbehovet som mange gravide opplever i Fødeseksjonens retoriske situasjon. I tillegg tilbyr forsiden blant annet en virtuell applikasjon med video, som også kan fremme kunnskap. Fødeseksjonen virker til å utnytte Internettets rammevilkår ved å ta i bruk multimodalitet på forsiden. I særlig grad benytter man seg av de ulike kommunikasjonsformenes styrker. Det vektlegges å bruke mange bilder. Visuelle former for kommunikasjon er typisk for tiden og Internett (Bogost 2007: 20, 21). Samtidig fungerer samspillet med de andre delene hensiktsmessig. Den korte introduksjonsteksten passer for eksempel godt med den omfattende bildebruken, og budskapet harmonerer. Det tegnes et overbevisende bilde av en faglig sterk fødeinstitusjon. Fødeseksjonen som retor fremstår med kompetanse i forhold til å utnytte de ressursene den har tilgjengelig best mulig. Kjeldsen belyser, som nevnt, at taleren bevisst kan dra nytte av de mulighetene som vilkårene skaper rom for, gjennom retoriske virkemidler (Kjeldsen 2013: 87).

5.3 Den virtuelle applikasjonen

Applikasjonen er plassert på fremsiden og omtrent på midten. I tillegg blir lenken «Titt innom Fødeseksjonen og sjå deg om» henvist til her.

Den virtuelle applikasjonen kan ha egenskaper ved seg som i særlig grad kan møte problemet med nervøsiteten i forkant av fødsel. Mange gravide er engstelige for å føde, og det er av interesse å se om nettsidene har en passende respons som svarer til denne situasjonen. Jeg vil undersøke om applikasjonen gir den vordende mor et verktøy som kan dempe uroen og engstelsen i forkant av fødselen. Det vil også være av interesse å analysere om den virtuelle applikasjonen svarer på den gravides behov for å bli bedre kjent med fødestedet og de ansatte, samt dekker deres informasjonsbehov. I tillegg vil jeg se om applikasjonen tilbyr den gravide en realistisk opplevelse av fødested og fødesituasjon. Jeg har valgt å analysere

presentasjonene under videoene av «Storken» og «Fødeavdelinga», fordi de beskriver den typiske fødebehandling ved seksjonen.

En kort beskrivelse av den virtuelle applikasjonen

Etter den gravide har kommet inn på applikasjonen kommer hun direkte til Fødeseksjonens ekspedisjon. Til venstre for ekspedisjonsluken står Kvinneklinikkens skilt. Hun kan se litt av gangen her også, og de tre seksjonene «Fødeavdelinga», «Storken» og «Barsel» er merket med hyperlenker og et play-tegn ved siden av. Samtidig er det markert et styreverktøy under bildet i blått. Det er bestående av to piler i ulike retninger, som kan hjelpe brukeren å bevege seg inne på seksjonen enten til høyre eller venstre. I tillegg består også dette redskapet av en pluss-knapp og minus-knapp, som gjør at den vordende mor kan zoome inn eller ut i Fødeseksjonens lokaler.

På den ene hvite flaten til venstre for det virtuelle bildet i den vertikale applikasjonen blir de ulike underseksjonene listet opp ved hjelp av hyperlenker og inndelt etter etasjer. I tillegg får den gravide her mulighet til å se hvilke underseksjoner hun kan spille av video på.



Bilde 2: Print-screen av Ekspedisjonen, 02.03.14.

5.3.1 Kontrollerbar opplevelse av fødested og fødesituasjon

Den virtuelle applikasjonen imøtegår problemet med de vordende foreldres uro rundt fødselen ved å skape en forsvarlig opplevelse av denne. Dette skjer gjennom at de vordende foreldre kan kontrollere og styre deres møte med Fødeseksjonen og fødesituasjonen. Den virtuelle applikasjonen bidrar til at vordende foreldre før fødselen kan bevege seg og se seg rundt inne på Fødeseksjonen. I tillegg kan de spille av video på ulike underseksjoner, der de møter de ansatte som informerer om deres rutiner under fødselsbehandlingen. Applikasjonens interaktivitet, gjennom et styreverktøy og bruk av hyperlenker, fører til at de kan bestemme rekkefølge og tempo dette skjer i. Det spesielle med Internett og hjemmesider er at brukeren gjerne blir mer aktiv gjennom samhandling enn i andre medier, når vi sammenligner med trykte tekster. Miller argumenterer for at det foregår en sosial handling i ulike sjangre (Miller 1984: 151-153, 165). En kan i stor grad skape en direkte kontakt mellom avsenderen og mottakeren gjennom denne særegne kommunikasjonsformen.

Applikasjonen består i hovedsak av et virtuelt bilde, og det er brukerens styring som bestemmer hva som vises. I tillegg består den av ulike videoer med lyd. Det virtuelle bildet og videoene fungerer i stor grad illustrerende, men videoene skaper også oversikt. Grunnen er at de består av verbal tale, der ansatte presenterer fødebehandlingen på en nærgående og tydelig måte. Disse skaper et enda klarere inntrykk av de vanlige rutineene eller den typiske fødesituasjonen ved de to ulike underseksjonene. Hypertekstlenkene inne på applikasjonen har også en oversiktlig funksjon som jeg vil vise. De viser hvordan seksjonen er bygget opp, i tillegg til at de kan vise den gravide hvor hun befinner seg inne på Fødeseksjonen. Dessuten kan de skape et overblikk over de valgmuligheter den gravide har. Ved denne formen for samspill mellom de ulike multimodalitetene, skapes en rikere opplevelse av Fødeseksjonen sett innenfra. De vordende foreldre inviteres inn i det virtuelle universet som Fødeseksjonen har skapt og råder over.

Fogg peker på at denne typen virtuelle applikasjoner, simulerte omgivelser eller landskap, bidrar til at en kan teste ut angstfulle situasjoner og omgivelser på forhånd. Han viser at slike applikasjoner gjør at eksponeringen for skremmende situasjoner skjer i kontrollerbare former (Fogg 2003: 69, 70). Dette bidrar til at slike situasjoner kan oppleves som mer trygge. I tråd med Fogg, virker det som at Fødeseksjonens virtuelle applikasjon skaper trygge rammer for den gravide i møte med avdelingens fødebehandling. Årsaken er at hun aktivt kan bestemme framgangsmåten for dette. Men med et kritisk blikk kan en mene at

det å se og oppleve Fødeseksjonen og fødesituasjon gjennom dataskjermen ikke er det samme som å oppleve den i virkeligheten. Jeg velger likevel å forholde meg til Fogg sin teori fordi jeg mener at den virtuelle applikasjonen til en viss grad kan gi den vordende mor mulighet til å eksponere seg for den usikre fødesituasjonen.

Det blir først og fremst gitt en realistisk opplevelse til hvordan avdelingen ser ut, gjennom at det virtuelle bildet skaper en nærhet for brukeren. Det anvendes «gjennomsiktig» medieteknologi, som bidrar til at den vordende mor opplever seksjonen slik den ser ut. Den virtuelle applikasjonen er en kommunikasjonsform som kan bidra til stor grad av nærvær i situasjonen. Medieteknologien blir vurdert som perfekt, fordi den kan gjengi virkeligheten bedre enn andre kommunikasjonsformer (Bolter og Grusin 2001: 161, 162). Den gravide kan se seg rundt på Fødeseksjonen som om hun var der i virkeligheten. Dette legger til rette for økt trygghet for den gravide. Den gravide kan fra sin datamaskin hjemmefra bestemme nærmere hvordan hun ønsker å bli kjent med Fødeseksjonen og fødesituasjonen. Samtidig kan en hevde at teknologien faktisk ikke fungerer perfekt i den vertikale applikasjon, fordi den har enkelte mangler i forhold til bildeoppløsning. Likevel er teknologien bedre utviklet enn i tidligere og andre medieformer, og en kan forstå at Bolter og Grusin (2001) bruker ordet perfeksjon for å beskrive applikasjonens mulighet til å gjengi virkeligheten.

Samtidig er budskapet i applikasjonen svært nær virkeligheten, som om den gravide faktisk hadde vært til stede der. Det vil for eksempel si at hun ønskes «Velkommen!» i tekst når hun trykker seg inn på ekspedisjonen, slik som hun muligens også hadde blitt gjort av en ansatt i virkeligheten.

Jeg vil nå vise at den vordende mor kan bevege og se seg rundt på en liknende måte, som om hun hadde vært på Fødeseksjonen på ekte, gjennom det virtuelle bildet. I teorikapittelet mitt påpekes det at virtuelle applikasjoner oppfordrer til opplevelse gjennom brukerens styremuligheter (Bolter og Grusin 2001: 161). De vordende foreldre kan nærmere bestemt velge retning inne på avdelingen, og fra ekspedisjonen, som er startstedet, kan de gå mot for eksempel underenheten «Storken». Inne på «Storken» kan de se nærmere på fødestuer og rom gjennom styring eller automatisk rotasjon. Retningen velges ved å bruke pil til venstre og høyre i styreverktøyet. De kan velge å se nærmere på enkeltdetaljer inne på de ulike underenhetene, men når en zoomer kan det bli litt uklar bildeoppløsning. Dette skjer ved at de anvender pluss- og minustegnet, der de beveger seg fram og tilbake eller zoomer inn eller ut. Men i hovedsak får de et godt oversiktsbilde over rom og fødestuer gjennom styring eller automatisk rotasjon. Hvis brukeren ikke velger å bruke styreverktøyet, skjer det en automatisk

bevegelse inn på Storkens korridor og fødestue. Enda en gang foregår det rotering, slik at hele «Fødestue»-rommet vises skikkelig om ikke brukeren velger å zoome inn eller ut, eller velger en viss retning her. Dette betyr at vi også ser badet rommet inne på «Fødestuen» med et badekar i. Når vi har rotert rundt til badet rommet, får vi også en mulighet til å spille av en video merket «Fødestue (video)». Fagerjord viser at en ved å dreie kamera og ved å zoome inn og ut har mulighet for å vise hvordan et sted ser ut, og hvordan enkeltgjenstander forholder seg til hverandre (Fagerjord 2008: 47). Det er derfor neppe tilfeldig at brukeren selv har mulighet til å zoome inn og ut på applikasjonen, samt at det skjer en automatisk rotasjon. På denne måten kan den gravide skaffe seg oversikt over Fødeseksjonens fødestuer, rom og gjenstander. Inne på Storken sin fødestue får vi blant annet sett en seng, en gåstol, en rund ball, vinduer, samt inn på badet, som består av et stort badekar. Den gravide kan basert på dette forstå at fødsler ved Storken kan foregå ved bruk av disse hjelpemidlene. Den gravide kan deretter gå ut herfra og videre til neste underenhet.

5.3.2 Informative og oversiktlige trekk kan skape trygghet

Jeg vil vise at applikasjonens struktur og budskap også kan skape en forsvarlig opplevelse av Fødeseksjonens fødepraksis. Applikasjonen tilrettelegger for at problemet med den gravides informasjonsmangel kan bli løst. Virkemiddelet logos, som handler om å presentere budskapet på rasjonell måte, ser ut til å ha blitt tatt i bruk under applikasjonens utforming. Grunnen til dette er at den gravide kan få opplysninger om avdelingen gjennom å se og oppleve Fødeseksjonen. Samtidig kan de få informasjon gjennom videoer om fødepraksisen ved seksjonen, for eksempel ved underenhetene Storken og Fødeavdelinga. Den riktige kunnskapen kan skape trygghet.

Strukturmessig gir applikasjonen oversikt over fødestedet og en følelse av ro og kontroll i forhold til fødesituasjon. Faste plasskategorier som tas i bruk i hyperlenker skaper oversikt over seksjonens inndeling. En får en inndeling av de ulike underenhetene med disse bestemte kategoriene på den hvite flaten, som er plassert til venstre for det virtuelle bildet inne på applikasjonen. Dette kan fungere som en Meny. Vi kan på denne oversikten blant annet se at Storken holder til i 3. etg og de følgende linker oppgis: «Storken», «Storken (korridor)», «Storken (fødestue)», «Storken fødestue (video)». De samme hyperlenkene dukker opp inne i det virtuelle bildet i applikasjonen, enten for å markere retning, eller for å vise hvor vi er når vi beveger oss inne på seksjonen. Dette gjelder også for de andre underenhetene. Dette bidrar også til at den vordende mor og partneren kan hoppe fra sted til sted inne på seksjonen ved hjelp av disse. Dermed kan navigasjonen foregå enklere av og til

ved å ta i bruk disse hyperlenkene, istedenfor å velge retning med styreverktøyet selv. Den vordende mor er den som bestemmer hvordan hun vil bli kjent med Fødeseksjonen og deres fødepraksis. Dette kan skape trygghet.

Samtidig viser etasjeoversikten at den gravide har mulighet til å spille av video blant annet også under Fødeavdelinga og under Barsel, samt under Observasjonspost. Disse hyperlenkene til videoer blir også vist inne på de ulike underenhetene når vi beveger oss i retning av disse. Dermed kan hypermediering, altså at brukeren har tilgang på flere ulike videoer, føre til økt innlevelse av Fødeseksjonen og deres fødebehandling på applikasjonen. Bolter og Grusin viser at det skapes flere muligheter for umiddelbar nærhet for brukeren ved at en multiplisering av medieformer tas i bruk (Bolter og Grusin 2001: 167). Gjennom fire forskjellige videoer har hun altså fire ulike framstillinger av fødeseksjonens fødebehandling tilgjengelig. Den gravide mor kan bestemme når hun velger å trykke på lenken som er merket for eksempel «Fødestue (video)». Deretter kan hun ved hjelp av styreverktøyet trykke pause hvis hun har behov for det. I tillegg kan hun anvende play-tegnet i styreverktøyet når hun vil fortsette. Dessuten har hun også mulighet til å trykke seg tilbake eller anvende plasskategoriene i hyperlenkene på venstre side, i etasjeoversikten. Dermed kan hun altså gå videre og gjøre andre ting om hun ikke ønsker å se hele videoen med en gang. Det er dermed stor valgfrihet inne på applikasjonen, som gjør at den gravide kan velge sin måte å møte den usikre fødesituasjonen på og å utforske fødestedet.

Jeg har vist at oppbygningen av applikasjonen er strukturert, blant annet gjennom bruk av hyperlenker. Dette skaper oversikt over fødestedet og gir også inntrykk av en harmonisk fødeinstitusjon. I tillegg vil jeg vise at innholdet i videoene også er formålstjenlig for den gravide, fordi de får verdifull kunnskap om fødsler ved de ulike seksjonene.

To ulike videoer om fødebehandlingen

Jeg skal nå analysere fødevideoene som blir gitt under «Storken» og «Fødeavdelinga» i den virtuelle applikasjonen. I disse møter vi en representant fra Fødeseksjonen, altså en ansatt jordmor. Mitt fokus vil være hvordan fødebehandlingen blir presentert og hvordan den kan oppleves av den vordende mor og partneren. Det er jo selve erfaringen og reaksjonen som er utgangspunktet for om det skapes tillit til Fødeseksjonen og deres fødebehandling. Fogg peker på at brukerens interaktivitet i en applikasjon skaper en lignende opplevelse, som om hun hadde vært der (Fogg 2003: 61). Jeg har beskrevet at han derfor mener at reaksjonen eller opplevelsen blir utgangspunktet for overbevisningen.

Jeg vil fokusere på de hovedtrekk som gjør seg gjeldende i fødevideoene. Jeg vil starte med å vurdere om det er en rolig og trygg opplevelse av fødesituasjon som skapes i videoene. Vi møter ansatte som vektlegger å beskrive denne situasjonen på en avbalansert måte gjennom tale. De anvender kategorier når de retter fokus på målgruppe og behandling for Storken og Fødeavdelinga. Dette skaper et tydelig budskap. De beskriver prosedyrer for fødsler litt mer detaljert her enn under presentasjonsdelen. Videoenes kommunikasjonsform, med bruk av levende bilder, bidrar til at retoren har mulighet til å fortelle om mer nærgående utviklingsløp. I videoen om «Storken» vil jeg vise at de med pathos-appell beskriver fødesituasjonen mer detaljert med utgangspunkt i den naturlige smertelindring de tar i bruk her. Under «Fødeavdelinga» virker de til å bruke andre fagord når de beskriver fødebehandlingen nærmere og fremstår derfor i særlig grad som faglig kompetente. Dette fremstår hensiktsmessig ut fra deres ulike målgrupper, der «Fødeavdelinga» også kan ta seg av mer kompliserte fødsler.

Videoene starter med en rotering som bidrar til at vi får sett litt av fødestuene og stopper opp når vi ser en ansatt inne i bildet. På videoen til «Storken» vises blant annet en gang og et badelrom med badekar. På «Fødeavdelinga» ser vi flere instrumenter og senger. Dette skaper et oversiktlig inntrykk over hvordan fødestuene ser ut. Vi blir i videoene til «Storken» og «Fødeavdelinga» møtt på en vennlig måte, og vi ønskes velkommen innledningsvis med et smil av en ansatt i hvit uniform. Det er to ulike ansatte vi møter i de forskjellige videoene, men de har like karaktertrekk: Begge er uformelle i tonen og bruker en personlig du-form til oss. Dette bidrar til at de fremstår som imøtekommende og at vi blir fortrolige med dem. Denne henvendelsesformen kan føre til at det skapes en relasjon mellom Fødeseksjonen og den gravide.

På videoen om «Storken» blir vi fort presentert for den vanlige målgruppen for behandlingen gjennom ulike kategorier: «Det her er avdelinga for deg som har hatt et normalt svangerskap og forventer en frisk baby til termin». Disse kategoriene, altså for eksempel «normalt svangerskap» og forventer «friskt barn», skaper en opplevelse av kontroll og ro, fordi den vordende mor kan bruke dette som et utgangspunkt til å forberede seg til hvor hun passer inn og skal føde. Dermed gir den ansatte nyttig kunnskap til den gravide om fødestedet og deres behandling, som kan skape tillit og gjør henne tryggere.



Bilde 3: Print-screen av videopresentasjonen til Storkens fødebehandling 02.03.14.

Det anvendes en bestemt kommunikasjon i videoen om «Storken», fordi en bruker ord og formuleringer som bidrar til en positiv opplevelse av fødesituasjonen. Nærmere bestemt skaper disse ordene en fredfull opplevelse av fødsler ved denne underenheten, gjennom pathos-appell: «Vi er opptatt av at du skal få en god fødselsopplevelse og får å få til det så skal vi arbeide sammen». En bruk av ordene «god fødselsopplevelse», samt at det hentydes til samarbeid under fødsel, kan skape et bilde av at det skjer trygge fødsler her. Deretter underbygges denne informasjonen eller påstanden ved å beskrive hvordan fødslene foregår mer på detaljnivå: «Vi tilbyr deg massasje og vi bruker også mye varmt vann (peker inn på badekar), som smertelindring. Noen føder også i vann. Vi bruker også det med stillingsendringer. Stå litt oppe, ligge litt nede. Og vi bruker akupunktur». Disse ordene underbygger det harmoniske inntrykket ved å vise til mange ulike former for fødebehandling, som skjer på en naturlig måte. I tillegg skapes det et tilstedeværende bilde av at Fødeseksjonen og den gravide arbeider på «lag» sammen. Derfor kan pathos-appell og denne typen beskrivende kommunikasjon bidra til at det kan opprettes bånd mellom den gravide og Fødeseksjonen.

Avslutningsvis i denne fødevideoen pekes det mot de tilfeller der det trengs mer enn naturlig smertelindring eller overvåkning. Den beroligende stemmen til den ansatte eller jordmoren viser til at det da må skje en overflytting til «Fødeavdelinga» i første etasje. Dermed presenteres også denne problemstillingen, slik at den vordende mor kan vite om dette

på forhånd. Denne informasjonen blir gitt uten noen form for dramatikk, selv om slike fødsler kan innebære det. Dette viser at en velger å fokusere på en rolig beskrivelse av fødesituasjonen, også i de mer komplekse og alvorlige tilfeller, i denne fødevideoen.

På videoen til «Fødeavdelinga» blir vi opplyst om at «3200 fødes på Fødeavdelinga årlig og at alle kan føde der» gjennom verbal tale fra den ansatte. Nærmere bestemt anvender den ansatte kategorier for å beskrive målgruppen nærmere her også: «De som er friske og også de som har komplikasjoner i svangerskapet sitt». De faste benevnelsene er altså «friske» og «de som har komplikasjoner», og dette bidrar til å skape en oversikt for den gravide over at nettopp alle kan føde der. Dette er allerede påpekt innledningsvis. Samtidig anvendes det medisinske fagord, som er forståelige for gravide, når fødesituasjonen beskrives på en tilstedeværende måte: «Blir det aktuelt for deg å føde på Fødeavdelinga så begynner vi med et mottak i badet der vi bestemmer om du er i aktiv fødsel. Er du kommet i aktiv fødsel så flyttes du til en stue, som dette. Og her har vi muligheten til å overvåke din baby litt mer nøye om det skulle være nødvendig». Fagordene og beskrivelsene skaper et inntrykk av en trygg fødsel, og de ansatte fremstår som kompetente og virker til å ha det nødvendige utstyret. De kan, som nevnt, blant annet «overvåke din baby litt mer nøye», en formulering som spiller på både pathos-appell og logos-appell. Det er nok en gang en positiv beskrivelse av fødesituasjon som vektlegges når denne avdelingen presenterer sin fødebehandling. Dette til tross for at vi vet at det også foregår risikofødsler her. Dermed velges det å skape en trygg opplevelse av fødesituasjonen, framfor å skape et mer komplisert bilde i presentasjonen. Dette er et strategisk valg i møte med urolige gravide og deres partnere, fordi de da kan bli beroliget gjennom denne form for kommunikasjon.

5.3.3 En harmonisk fremstilling av fødesituasjon

Den virtuelle applikasjonen kan bidra til å løse utfordringen med den negative mediekritikken som har vært rettet mot Fødeseksjonen og deres fødepraksis. Det skapes et balansert og rolig inntrykk av den gjeldende fødepraksis. Det iscenesettes en fødeinstitusjon der det foregår trygge fødsler ved de forskjellige underenhetene. Samtidig møter vi ansatte som er kompetente og virker til å bry seg om de fødende. På denne måten kan videoene i den virtuelle applikasjonen være en motvekt til den negative omtalen som seksjonen har fått i media. Den kan skape et virkelighetsbilde av en fødeinstitusjon som tar ansvar for forsvarlig fødsel, har faglig tyngde og ro. Slik kan de erstatte eller balansere det negative virkelighetsbildet som noen av de kritiske sakene i media kan ha skapt.

Er det et realistisk inntrykk?

En kan stille spørsmål om det er et realistisk bilde som gis av fødebehandlingen og fødestedet i den virtuelle applikasjonen. Det er ingen mennesker til stede på avdelingen, slik det vanligvis ville ha vært. Det er Fødeseksjonen som har laget videoene, og som bestemmer hvilket virkelighetsbilde som blir presentert. Videre har den gravide ikke mulighet til å stille spørsmål, slik hun kunne ha gjort på en omvisning. Til tross for disse innvendingene, fører den virtuelle applikasjonen til at de engstelige gravide kan kontrollere sitt møte med fødestedet og fødesituasjonen. Applikasjonen møter et behov for trygghet som kan avhjelpe den nervøsiteten de fleste vordende mødre opplever i forbindelse med deres kommende fødsel.

5.3.4 Den virtuelle applikasjonens etablerte ethos

Rituell ethos og velvilje

Hoff-Clausen viser at selve møtetpunktet eller kontakten mellom avsender og mottaker blir vesentlig for den rituelle ethos (Hoff-Clausen 2010: 41, 42). I særlig grad skjer kontakten i den virtuelle applikasjon gjennom nærhet, det vil si at Fødeseksjonen og fødesituasjon oppleves som realistisk og trygg for den fødende, blant annet gjennom bildets unike egenskaper. Styreverktøy og hyperlenker gjør at den gravide kan bevege seg inne på den virtuelle Fødeseksjonen. Gjennom et slikt virtuelt hjelpemiddel skapes det en forbindelse mellom henne og seksjonen. Applikasjonen kan skape trygge rammer for den gravide i forhold til fødestedet og fødesituasjon ved at hun kan styre og kontrollere dette møtet.

McCroskey påpeker at velviljekategorien, som han kaller «caring for the perceiver», handler om å imøtegå situasjonens og mottakerens behov og utfordringer (McCroskey 2001: 86). Dette er omtrent det samme som eunoia, som handler om å vise at en ønsker det beste for sine mottakere. Fødeseksjonen kan ha en ivaretagende funksjon, fordi de gir den vordende mor mulighet til å eksponere seg for den usikre fødesituasjonen gjennom bruk av applikasjonen.

Avdelingen viser at de prioriterer de fødende og deres interesser ved å ha applikasjonen tilgjengelig på sine nettsider. Samtidig ønsker de ansatte også å møte trygge gravide, fordi dette gir bedre forutsetninger for fødselen. Derfor deler avsender og målgruppe en felles intensjon eller interesse, som er en forsvarlig opplevelse av fødesituasjon. Hoff-Clausen poengterer at det er sentralt at avsenderen innehar visse likheter med målgruppen. De kan gjerne dele en interesse og prioritere å bruke plass på det som er sentralt for målgruppen (Hoff-Clausen 2010: 42, 43).

Det skapes en direkte kontakt mellom den gravide og Fødeseksjonen på flere ulike plan gjennom applikasjonen. Det anvendes en personlig du-form og pathos-appell i videoene tilknyttet den virtuelle applikasjon og dette kan skape bånd og berøre. De ansattes beskrivelser i disse videoene kan gi et tilstedeværende inntrykk av fødesituasjon i nåtid. Det skapes et bilde av at den gravide og de ansatte utgjør et arbeidslag med felles målsetting. Relasjonen mellom avsender og mottaker virker derfor til å være sterk og kan skape samhørighet. Applikasjonens videoer kan med andre ord føre til en mer nærværende troverdighet, enn for eksempel i tekst. Den gravide kan, som beskrevet, skape seg et inntrykk av at Fødeseksjonens ansatte er hyggelige i videoene. Hun kan vurdere den ansattes presentasjon og væremåte på nært hold.

Kompetanse

Den virtuelle applikasjonen fremstår med en rasjonell oppbygning, og videoene har et nyttig budskap. Det skapes en opplevelse av en kompetent fødeinstitusjon. Dette gir en tekstuell ethos. Kjeldsen vektlegger at den prioriterte presentasjonsformen kan skape et inntrykk av avsenderens kompetanse (Kjeldsen 2013: 117). Applikasjonen er strukturert på en hensiktsmessig måte som virker brukervennlig. Skrift i hypertekstlinker kan skape oversikt over seksjonens inndeling og støtter opp under applikasjonens dynamiske trekk i det virtuelle bildet og videoer. Disse kan fungere illustrerende og videoene er særlig egnet til å skape oversikt. De ansattes tale i videoene kan fungere opplysende for den gravide. Avdelingen fremstår faglig dyktig når de kommuniserer på en god måte. De ansatte bruker faglige uttrykk under presentasjonen av Fødeavdelingen, og viser at de behersker fagkunnskapen på sitt felt og kan anvende den. Fødeseksjonens ansatte opptrer i hvite drakter i videoene. Vi kan derfor anta at de er sykepleiere eller jordmødre. Fogg peker på at den profesjonsutdanning avsender har på en nettside, kan fortelle oss om den kompetansen hun besitter (Fogg 2003: 123, 124).

Karakter og moral

Vi får gjennom videoene et personlig inntrykk av de ansatte, fordi de er nærværende. Fødeseksjonens ansatte fremstår med karakter og moral, fordi de virker til å stole på. Det skapes et inntrykk av at de ansatte tar hensyn til den gravide under fødesituasjonen. De snakker respektfullt til den gravide, som om hun skulle ha vært tilstede på fødestuen. Det er videoenes levende bilder i den virtuelle applikasjonen som gjør dette mulig. Begge fremføringene i videoene skaper et inntrykk av at det er ro og kontroll som gjelder under fødesituasjonen. Det brukes hovedsakelig pathos-appell for å underbygge og etablere dette

inntrykket, men også litt logos-apell. Fødeseksjonen fremstår derfor med intertekstuell ethos, fordi det gjentagende skapes et harmonisk bilde av fødesituasjonen ved seksjonen. I tillegg virker det som de fremstår med eksemplarisk ethos, fordi de ansattes rolige stemme og væremåte i videoene underbygger at dette inntrykket stemmer. Hoff-Clausen understreker at intertekstuell og eksemplarisk ethos kan tegne et bilde av avsenderens moralske karakter (Hoff-Clausen 2010: 45). Avdelingen blir fremstilt for mottakeren som pålitelig og med integritet. Dette kan være en motvekt til den negative kritikken i media og være med på å balansere bildet.

5.4 Presentasjonsdelen

Nettsidene til Fødeseksjonen består, som vi kan erindre, typisk av ulike presentasjonsdeler for avdelingens ulike underseksjoner. Jeg har valgt ut presentasjonen av underseksjonene Fødeavdelinga og Storcken, som begge er fødeavdelinger, som materiale under denne delen. Kommunikasjonen i denne retoriske diskursen består av både tekst og bilde. Jeg vil undersøke om presentasjonsdelen svarer på de retoriske utfordringer i Fødeseksjonens situasjon. Responsen bør sees i direkte sammenheng med den situasjon den inngår i ifølge Bitzer. Grunnen er at omgivelsene strukturerer hvilken diskurs som er passende (Bitzer 1968: 5-7).

I hovedsak innbyr presentasjonsdelen til å løse problemet med den gravides manglende informasjon, blant annet gjennom at virkemiddelet logos blir tatt i bruk. Vi vet at den vordende mor trenger informasjon om fødestedet og deres ulike fødeavdelinger fra redegjørelsen om Fødeseksjonens retoriske situasjon. Jeg vil i det følgende vise hvordan informasjonsmangelen blir imøtegått gjennom et rasjonelt samspill mellom tekst og bilde. Dessuten kan den retoriske diskursen respondere på et annet problem i Fødeseksjonens omgivelser. Jeg tenker på den nervøsitet og engstelse mange gravide og deres partnere har i forbindelse med den fremtidige fødselen. Presentasjonen av Storcken og Fødeavdelinga kan skape et trygt bilde av fødesituasjon: Kommunikasjonen under denne delen kan skape ro rundt denne spesielle hendelsen og ta vekk uro. Dette skjer særlig gjennom pathos-appell og virkemiddelet nærhet, som jeg vil vise. I tillegg anvendes det en personlig henvendelsesform til den gravide med du-form, som kan skape en kontakt mellom den fødende og Fødeseksjonen. Til slutt kan presentasjonsdelen imøtegå det presserende problemet med den negative kritikken i media mot Fødeseksjonens fødepraksis. Kommunikasjonen av underseksjonene forsøker å skape et positivt og harmonisk inntrykk av gjeldende fødepraksis. Dette kan balansere det negative virkelighetsbildet som media kan ha skapt, og kan bidra til et bedre omdømme for Fødeseksjonen.

Haukeland universitetssjukehus - Helse Bergen / Om oss / Avdelinger / Fødeseksjonen / Fødeavdelinga

- Observasjonspost for gravide
- Poliklinikk for gravide
- Fødeavdelinga**
- Storken
- Barsel post 1
- Barsel post 2
- Rådgivningsenteret for mor og barn (Amme- barsel- og Samtalepoliklinikken)
- Seksjon for fostermedisin og ultralyd
- Seksjon for assistert befruktning
- Fysioterapi

Fødeavdelinga

Vi gir fødehjelp ved ukompliserte fødsler og ved fødsler som krever ekstra oppfølging, overvaking og behandling.

De fleste av fødslerne på fødeavdelinga er ukompliserte og vi legg vekt på at fødselen skal skje så normalt som mogleg.

Avdelinga har og regionalt ansvar for risikofødsler som premature, fleirtingefødsler, vaginale setefødsler og for gravide med medisinske eller sosiale faktorar som kan påverke fødsel og/eller barselbida. Derfor er vi utstyrt, organisert og bemanna til å ta vare på deg som skal gjennom ein fødsel med ekstra risiko.

Fødeavdelinga har ei eiga operasjonsstove på avdelinga. I tillegg har vi åtte fødestover med avansert medisinsk-teknisk utstyr.



Kontaktinformasjon

Kor finn eg Fødeavdelinga
Fødeavdelinga ligg i 1. etasje på Kvinneklinikken.

Gå alltid inn på Kvinneklinikken via hovudinngangen når du skal til Fødeavdelinga. Her er det godt skilta til avdelinga, men her vil du og kome i kontakt med personalet i ekspedisjonen, som kan vise deg vegen til avdelinga.

Ves du kjem til Kvinneklinikken om natta og dora er stengt, finn du ringeklokke på høgre side av hovudinngangen.

Korleis kontakte oss
Ring Innleggingstelefonen for fødande før du drar til Kvinneklinikken. Dei har telefon: 55 97 22 00

Når du ringer Innleggingstelefonen får du snakke med ein erfaren jordmor og får råd om kva du bør gjere.

Telefon til avdelinga: 55 97 42 63 / 55 97 42 64

Etter at du har født hos oss, blir du verande på Fødeavdelinga i nokre timar og du kan ha den som følgjer deg hos deg heile tida. Deretter blir du overført til barsel 1 eller Barsel 2.

Var du født ved hjelp av keisersnitt, blir du overflytta til oppvåkingsavdelinga i 1. etasje etter operasjonen. Om du føler deg i form til det, kan barnet ditt vere ned deg deler av tida du ligg her. Då kan du også prøve å komme i gang med å mme den vesle. På oppvåkingsavdelinga blir du liggjande nokre timar til observasjon, før du blir flytta vidare til Barsel 1.

Utkort 25.06.2011 13:19 | Endret 30.04.2013 13:13

LES MEIR OM:



Fødsel

Nettredaktør: Kommunikasjonsrådgivar Fredrik Lorentzen | Kommunikasjonsavdelinga

Bilde 4: Print-screen av Fødeavdelinga ved Fødeseksjonen 02.03.14.

- Observasjonspost for gravide
- Poliklinikk for gravide
- Fødselsavdeling
- Storken**
- Barsel post 1
- Barsel post 2
- Rådgivningsavdelingen for mor og barn (Amme- Barsel- og Samtalepoliklinikk)
- Seleksjon for fostermeslen og ultralyd
- Seleksjon for assistert befruktning
- Fysioterapi

Storken

Vår hovedoppgåve er å legge forholda til rette for ein normal fødsel og ein god start for det nyfødte barnet og familien.



Storken er ei kombinert føde og barselavdeling. Storken er eit tilbod til friske fødande med ukomplisert svangerskap. Under fødselen vil du bli tatt vare på av jordmødre som støttar deg og har fokus på å fremje den normale fødselsprosessen.

Om det blir avdekkte behov for mer overvaking eller behandling enn det Storken kan gi under fødselen, blir de flytta over til fødselsavdelinga og fulgt vidare opp der. De fleste overflyttingane som skjer frå Storken til fødselsavdelinga er heilt udråmatlege.

Barseltilida

Barseltilida skjer også på Storken om du har født her. Vi har fire fødselstover, fem farslærarar og fem tomannsnim. Nokre gonger kan du og barnet ditt få ligge eitt døgn på rom med far til atalea, for så å bli flytta over til eit tomannsnim. Eller du får tilbod om farslærarom heile tida. Likevel er det viktig å vite at dersom det er fullt, får desuverne kjøpe far overnatta, anna enn på dei romma som utelukkande kan brukast til enkeltrom. Det er til ein kvar tid kapasitet og behov som legg føringar for kor de skal ligge. Barn eller kvinner med særskilde behov, får tilbod om barseloppheid på Barsel 1 i 1. etasje på Kvinnekliniken.

Visittid

Del eller første dagane med den nyfødde er det viktig at mor og barn får mest mulig ro og kvile. Det er derfor ein fordel om besøk dei første dagane på barselen og den første tida heime blir avgrensa.

For fedre og sykne
kl. 17.00 - 20.00

For andre
kl. 19.00 - 20.00

jen som følger deg under fødselen må betale for kost og losji under opphaldet på Storken.

er utreise får du tilbod om samtale med jordmor. Då får du informasjon om oppfølging av deg og barnet ditt etter utreise frå Storken. Du får då også innføring i samtale om det du ønskjer å snakke med jordmor om.

leser du heim før barnet har tatt fallingsprøve, må du komme tilbake til barseltilida. Informasjon om dette får du ved utreise frå Storken.

Jukkar det opp spørsmål om, eller problem med amminga etter at du har komme heim, kan du kontakte Ammepolikliniken.

Velkommen til oss!

Publisert 23.06.2011 13:17 | Endret 10.03.2013 09:19

Kontaktinformasjon

Kor finn eg Storken?
Storken ligg i 3. etasje på Kvinnekliniken.

Korleis kontakte oss?
Når du skal føde, blir du omringt ringje innleggingstelefonen for fødande, før du dirar til Kvinnekliniken. Dei har telefon: 55 97 22 00

Når du mngjer innleggingstelefonen for fødande, får du snakke med ein erfaren jordmor.

Telefon direkte til Storken:
55 97 43 33 / 55 97 42 46



Bilde 5: Print-screen av Storken 02.03.14.

5.4.1 Fokus på viktig informasjon

Nettsidene tilrettelegger for at problemet med manglende informasjon blir løst ved at det presenteres sentrale opplysninger om fødebehandlingen i teksten.

Virkemiddelet logos handler i moderne tid om å presentere og forklare sakens innhold på en rasjonell måte. Den tekstlige kommunikasjonen følger et visst rasjonelt mønster på disse nettsidene: Den gravide får viktig informasjon om målgruppe og type fødebehandling som praktiseres på de to fødeavdelingene i teksten. Jeg vil vise at Fødeseksjonen i særlig grad fremstår som kompetent på grunn av dette.

Det anvendes også repetisjon, som et virkemiddel, når denne presenteres. I tillegg rettes det fokus på rutiner under fødebehandlingen. De vordende foreldre får derfor sentral informasjon om fødested og fødebehandlingen, som kan tilfredsstille deres kunnskapsbehov. Jeg har vist under beskrivelsen av Fødeseksjonens retoriske situasjon at fødesituasjonen gjerne kan være en ukjent situasjon for disse. I tillegg har den gravide behov for kunnskap om fødestedet, deres fødeenheter og kompetanse. Kommunikasjonen kan derfor bidra til å gjøre fødesituasjon mer kjent og forutsigbar. I tillegg kan den vise hvilke verdier fødestedet verdsetter.

Teksten blir presentert i ulike avsnitt som er leservennlig og med passelig lengde. Dette virker hensiktsmessig med tanke på at en ikke leser like mye tekst på Internett som i papirversjoner. Robertson kom fram til dette i en studie av lese-mønstre, der han sammenlignet disse formene for kommunikasjon (Robertson 2010: 40). Samtidig kan det skape troverdighet når en skaper et oversiktlig budskap for mottakeren på nettsider og forenkler kompleksiteten (Hoff-Clausen 2010: 46, 47).

Budskapet i tekst og bilde samsvarer

Fagerfjord viser at statiske tegnsystemer, som for eksempel skrift og bilde, gjerne har en særegen evne til å skape oversikt (Fagerfjord 2008: 70). Det er spesielt teksten som har en slik oversiktlig funksjon i presentasjonsdelen. Samtidig illustrerer bildene i presentasjonsdelen det tekstlige budskapet. På denne måten skaper også de oversikt. Bildene blir også et blikkfang og tar vesentlig plass på nettsidene. Tekst og bilde kan derfor fungere overbevisende sammen, og skape et troverdig bilde av den gjeldende fødepraksis. Grunnen er at deres budskap harmoniserer. Det følgende mønsteret bidrar til at de ulike tegnsystemene utnyttes og at samspillet fungerer godt. Det er en rasjonell oppbygning som er tatt i bruk for å presentere Fødeseksjonens fødepraksis. Det er typisk at bildene gjerne underbygger eller utvider noe teksten handler om. Bildene, som har tekst både over og under, virker til å være et eksempel

på hvordan fødebehandlingen ved de ulike fødeseksjoner kan foregå. I tillegg kan konnotasjonene disse vekker samsvare med de verdier som vektlegges i teksten: Trygghet, kompetanse og velvilje eller tilstedeværelse.

I ingressen under «Fødeavdelinga» står det følgende: «Vi gir fødselshjelp ved ukompliserte fødsler og ved fødsler som krev ekstra oppfølging, overvaking og behandling». Fødslene karakteriseres både som «ukompliserte» og som mer kompliserte, fordi de krever mer oppfølging. Dermed blir faste kategorier brukt for å beskrive to typer fødsler. Denne informasjonen blir repetert i teksten og stadfestes for den vordende moren: Det påpekes at flertallet av fødslene er ukompliserte, og at naturlig fødsel vektlegges. Samtidig anvendes ordet «risikofødsel» om de mer kompliserte fødslene. De ulike formene for risikofødsler blir deretter ramset opp og benevnes med faglige begrep. Dette fører til økt kunnskap om at de ansatte ved Fødeavdelinga har erfaring med begge typer fødselsforløp. På bakgrunn av dette får de vordende foreldre kunnskap om at denne underseksjonen har kompetansen som behøves, også til de mer krevende fødslene.

Jeg vil vise at bildets budskap harmoniserer med teksten under «Fødeavdelinga» og fungerer beskrivende. På denotasjonsnivå viser bildet en kvinnelig ansatt i hvit uniform som står bøyd forover og holder på den gravides mage og ser på henne. Den gravide ligger på en seng. På konnotasjonsnivå kan vi forstå at den ansatte, som trolig er sykepleier eller jordmor, gir hjelp i forbindelse med fødsel ved å overvåke eller behandle den gravide. Dette bidrar til at hun fremstår som omsorgsfull og er aktivt til stede for den gravide. På denne måten fungerer bildet illustrerende i forhold til det tekstlige budskapet som jeg har presentert over. Teksten påpeker blant annet at den ansatte på ulike måter gir fødselshjelp, der blant annet overvåking og behandling blir nevnt. Fagerjord kaller et slikt harmoniserende samspill mellom ulike uttrykk for konsonante (Fagerjord 2008: 68). Bilde og tekst samsvarer og kan derfor skape et overbevisende inntrykk av denne underseksjonens fødepraksis. Imidlertid er det teksten som hjelper med å finne bildets bestemte mening. Den fungerer altså forankrende. Barthes viser at vi gjerne leter i teksten for å finne en viss mening, fordi bildet kan ha mange ulike tolkningsmuligheter (Barthes 1964: 48, 49). Det er derfor gjerne en dialogisitet i avlesningen som foregår, når den gravide mottakeren prøver å finne den helhetlige meningen som både tekst og bilde fremstiller. Schwebs og Otnes peker på at en gjerne ser de ulike tegnsystemene i lys av hverandre når en forstår innholdet på en nettside (Schwebs og Otnes 2004: 113).

I presentasjonen av Storken får de vordende foreldre også tidlig sentral informasjon rundt hvilken type fødeavdeling dette er, samt målgruppen. I ingressen presenteres det

følgende: «Vår hovudoppgåve er å legge forholda til rette for ein normal fødsel og ein god start for det nyfødde barnet og familien.» På bakgrunn av disse opplysningene kan de fremtidige foreldrene trekke slutninger om at avdelingen både er en føde- og barselavdeling. Det henvises direkte til fødselen med ordene «normal fødsel», mens «god start» hentyder til barselstiden. I den neste setningen, som presenteres i brødteksten, bekreftes informasjonen om hvilken type avdeling Storken er. Her står det: «Storken er ei kombinert føde og barselavdeling.» I tillegg presenteres det nye opplysninger: «Storken er eit tilbod til friske fødande med ukompliserte svangerskap». Dermed tas det i bruk kategoriseringer igjen, som skaper oversikt for de vordende foreldrene.

Bildet under «Storken» fungerer beskrivende til teksten, det vil si at det viser et eksempel på hvordan fødebehandlingen kan foregå naturlig ved denne seksjonen. Samtidig utfyller dette bildet meningsinnholdet til teksten, og dette kalles gjerne avløsning. Avløsning skjer når for eksempel bildet kommer med ny mening som teksten ikke har (Barthes 1964: 48-51). Dette bidrar til at helheten sier mer enn de to ulike delene. På denotasjonsnivå viser bildet en dame som ligger i et badekar, som en ansatt i hvit uniform sitter ved siden av og holder på armen. Den ansatte sitter foroverbøyd og ser på den gravide. På konnotasjonsnivå er det naturlig å tenke at dette viser en naturlig fødsel, som foregår i badekar. Den ansatte er aktivt hjelpende og tilstede, i likhet med bildet under «Fødeavdelinga». Dermed gir bildet den gravide innsikt i at normale fødsler kan foregå i badekaret, mens de ansatte følger med og tar vare på henne. Denne kommunikasjonen kan derfor skape et overbevisende bilde av den gjeldende fødepraksis, der den ansatte er kompetent og bidrar til å trygge de fødende.

5.4.2 Et trygt og avbalansert bilde av fødesituasjonen

Presentasjonsdelen kan underbygge gjennom følelsesmessig appell at det er trygt å føde ved de ulike underseksjoner. På denne måten kan den retoriske diskursen imøtegå problemet med den gravidens nervøsitet i forkant av fødselen.

Det tas i bruk virkemidler som emosjonelt ladete ord, og det spilles på nærhet og tilstedeværelse når fødebehandlingstilbudet presenteres. I tillegg retter den tekstlige kommunikasjonen seg direkte mot den gravide gjennom en personlig du-form. Den retoriske diskursen forsøker på denne måten å skape en forsvarlig opplevelse av fødesituasjonen. Det kan oppstå en kontakt mellom den gravide og Fødeseksjonen ved at disse virkemidlene tas i bruk.

Jeg har under pathos i teorikapittelet mitt beskrevet at emnets betydning og dets konsekvenser er avgjørende for hvor mye mottakeren lar seg overbevise. Den nærheten en har

til gjeldende tema og de personer dette innbefatter, er også sentralt for hvor mye en lar seg påvirke (Kjeldsen 2013: 309).

Det er to ulike former for nærhet som kan oppstå i den retoriske diskursen under presentasjonsdelen: Teksten beskriver fødesituasjonen og -rutiner og kan indirekte skape et tilstedeværende bilde i mottakerens resepsjon av denne hendelsen. Kjeldsen belyser at «den verbale beskrivelse indirekte gjennom sproget skaper paravisuelle indtryk...» (Kjeldsen 2002: 70). Bildet skaper, som nevnt tidligere, en mer direkte nærhet, ved at det ligner på virkeligheten og illustrerer fødesituasjon. Det er sannsynlig at bildene i presentasjonsdelen vekker sterke følelser hos den gravide, fordi de snart skal oppleve fødesituasjon selv.

Fødeseksjonens presentasjon av fødesituasjonen og risikofødsler kan forsterke den gravides opplevelse av god ivaretagelse. Det påpekes i den retoriske diskursen at de ansatte har alle forutsetninger for å ta seg av denne typen fødsler. Det poengteres at de ansatte har det nødvendige utstyret og nok kapasitet som trengs ved slike fødsler. Nærmere bestemt står det: «Derfor er vi utstyrt, organisert og bemanna til å ta vare på deg som skal gjennom ein fødsel med auka risiko». Det gis et omsorgsfullt og forsvarlig inntrykk av fødepraksisen, ved at ordene «ta vare på deg» anvendes i denne sammenhengen. Det kan gi et bilde av at de ansatte bryr seg om den gravide og er til stede for henne, også under disse mer krevende fødslene. Denne måten å presentere behandlingen på, kan derfor bidra til å berolige den gravide i forkant av fødselen.

I presentasjonen av Storken anvendes det emosjonelle og virkningsfulle ord når føde- og barselbehandlingen presenteres. Disse ordene kan gi en trygg opplevelse av fødesituasjonen og barseltiden for de vordende foreldre. Jeg kan trekke fram ingressen enda en gang, som et eksempel på dette. «Vår hovudoppgåve er å legge forholda til rette for ein normal fødsel og ein god start for det nyfødde barnet og familien.» Fødeseksjonen anvender positivt verdiladete ord. De bruker for eksempel formuleringen «god start», som hentyder til en fin barselstid, der fødselen har gått bra og alle berørte har det fint. Ordet «normal» i ingressen kan vise at de ansatte bevisst arbeider for at det skal skje en mest mulig naturlig fødsel uten store inngrep. Fødesituasjonen ved Storken blir mer utdypet gjennom virkningsfulle ord i teksten etterpå. Disse legger opp til å skape et trygt bilde av den gjeldende fødepraksis ved denne underseksjonen: «Under fødselen vil du bli tatt vare på av jordmødrer som støttar deg og har fokus på å fremje den normale fødselsprosessen». Det kan se ut som at det i kommunikasjonen skapes et bilde av at den gravide under fødselen blir gitt omsorg og tatt hensyn til. Kommunikasjonen henvender seg direkte i du-form til den gravide og sier at

hun vil bli «tatt vare på» av jordmødre. Det skapes et inntrykk av at den ansatte «støttar» den gravide under fødselen. De to sistnevnte uthevede frasene peker trolig på at jordmoren spiller på lag med den gravide, fordi hun fremstilles både som ivaretagende og støttende. Dette samarbeidet baserer seg på et felles mål i fødselsbehandlingen, som uttrykkes i sitatet. Det opplyses om at jordmoren har «fokus på å fremje den normale fødselsprosessen». Dermed blir ordet «normal» enda en gang gjentatt i forbindelse med fødselsbehandlingen ved denne underseksjonen. Ut fra dette kan en tolke at behandlingen konsentreres rundt naturlig smertelindring. Samlet sett gir dette budskapet hensiktsmessig informasjon til vordende foreldre om et trygt og naturlig fødselsforløp. Det sender signaler om at den fødende har det godt og får støtte og veiledning fra de ansatte.

På bakgrunn av den negative medieomtalen, kan det se ut til at Fødeseksjonen vektlegger å fremstille risikofødslene på en avdempet måte. De dramatiske scenene fra fødebehandlingen er derfor unnlatt eller skrevet om i ordelag som ikke vekker unødig uro. Jeg kan gjengi et eksempel på dette under Storken: «Om det blir avdekka behov for meir overvaking eller behandling enn det Storken kan gi under fødselen, blir de flytta over til Fødeavdelinga og fulgt vidare opp der. Dei fleste overflyttingane som skjer frå Storken til Fødeavdelinga er heilt udramatiske». Kommunikasjonen retter fokus på de tilfellene av fødsler der det er behov for overflytting fra Storken til Fødeavdelinga. Videre gir presentasjonen mer informasjon rundt hvordan dette foregår. Den vordende mor og far blir forsikret om at flertallet av overflyttinger er «heilt udramatiske». Det brukes ikke begrep som komplikasjoner og risikofødsler, men ord som «avdekke behov for mer overvaking», som underbygger et inntrykk av faglig kontroll og kompetanse. Her prøver nettsiden å ta i bruk både pathos-appell og logos-appell for å presentere budskapet på en overbevisende måte. Kjeldsen viser at denne typen kommunikasjon eller retorikk med en bestemt intensjon kan skape påvirkning hos mottakeren (Kjeldsen 2013: 22,23). Hvilken virkning denne kommunikasjonen får, avhenger i stor grad av mottakerens påvirkelighet og om de vordende foreldre greier å tro på dette budskapet.

5.4.3 Fødeseksjonens troverdighet i presentasjonsdelen

Tekstuell ethos og kompetanse

På bakgrunn av den sentrale informasjonen som blir gitt i presentasjonsdelen, fremstår Fødeseksjonen med tekstuell ethos. Denne formen for troverdighet vil særlig skape et inntrykk av Fødeseksjonens kompetanse. Grunnen er at avsenderen viser om den har evne til å strukturere stoffet hensiktsmessig i de ulike enkeltdeler som nettsidene består av (Hoff-Clausen 2010: 45). Jeg har vist at det benyttes en rasjonell struktur med samspill mellom tekst og bilde i presentasjonsdelen. Teksten kommer med sentrale opplysninger om de ulike avdelingenes fødetilbud og deres kompetanseområder vektlegges. Bildene illustrerer den typiske fødebehandling og de ansattes spesielle fagkunnskap. Fødeseksjonen fremstår som kompetent. En del av opplysningene i presentasjonen peker direkte på den fagkunnskapen de to ulike underseksjonene besitter: Fødeseksjonen virker til å ha spesialkunnskap på krevende fødsler. Det virker som at fagkunnskapen på Storken i hovedsak er basert rundt naturlig fødsel- og barseltid.

De valgene som er gjort av Fødeseksjonen i presentasjonen når det gjelder faglige ord og uttrykk, kan være med på å forme vår oppfattelse av avdelingens kompetanse (Kjeldsen 2013: 117). Teksten består av faglige ord og kategoriseringer. Eksempler kan være «fødselshjelp», «kompliserte/ukompliserte fødsler», «overvaking», «behandling» og «risikofødsel». Dette kan gi et inntrykk av at fødeinstitusjonen besitter fagkunnskapen på sitt felt og praktiserer denne. Aristoteles har i tradisjonell retorikk også forklart at selve presentasjonsformen i kommunikasjonen blir avgjørende for hvilket inntrykk vi får av avsenderen (Aristoteles 2006: 27, 28). Det er naturlig at den gravide opplever Fødeseksjonen som kompetent, basert på kommunikasjonen i presentasjonsdelen.

Rituell ethos og velvilje

Fødeseksjonen kan fremstå med rituell ethos og velvilje i kommunikasjonen dersom visse forutsetninger blir oppfylt. Hoff-Clausen viser at denne formen for troverdighet er basert på den relasjonen som oppstår mellom avsender og mottaker i kommunikasjonen (Hoff-Clausen 2010:41,42). Vi kan se at den rituelle ethos skapes gjennom en direkte kontakt mellom Fødeseksjonen og den gravide i kommunikasjonen. Fødeseksjonen som retor tar i bruk en personlig du-form i kommunikasjonen, når fødebehandlingens ved de to ulike underseksjoner omtales. Slik kan det oppstå en relasjon mellom avdelingen og den vordende mor.

McCroskey understreker at den positive forbindelsen som skapes mellom mottaker og avsender er vesentlig for den moderne ethos. Det er sentralt at avsenderen viser empati og forståelse i forhold til mottakerens problemer og interesser (McCroskey 2001: 86). Fødeseksjonen som retor ser ut til å ta hensyn til at de fødende er nervøse og engstelige før fødselen. Årsaken er at seksjonen i presentasjonsdelen underbygger at det er trygt å føde gjennom forskjellige virkemidler. Pathos-appell og nærhet blir verktøy som fremmer en forsvarlig opplevelse av fødesituasjon. Slik kan Fødeseksjonens budskap fungere avdempende i forhold til den nervøsiteten mange foreldre opplever i forbindelse med fødsel. Fødeseksjonen kan derfor ha en betryggende funksjon i kommunikasjonen.

Fødeseksjonen kan også innta en omsorgsfull og støttende rolle i forhold til den fødende i kommunikasjonen: I presentasjonen av begge fødeavdelinger brukes ordene «ta vare på deg» i forbindelse med beskrivelsen av fødesituasjon, selv om denne varierer ellers. Slik kan den gravide også få en opplevelse av at en ansatt snakker til henne i en tilstedeværende behandlingssituasjon og i nåtid.

Det virker som at Fødeseksjonen i likhet med den gravide verdsetter verdien av trygg fødesituasjon. De bruker mye plass på å beskrive denne situasjonen på en avbalansert måte, slik at den gravide kan skape seg et forsvarlig inntrykk av den. Avdelingen og den gravide kan derfor dele en felles intensjon om dette, som kan skape samhørighet og være et utgangspunkt for rituell ethos. Fødeseksjonen fremstår på bakgrunn av presentasjonsdelen som imøtekommende, fordi de er vennlig innstilt mot sine pasienter.

Karakter og moral

Warnick peker på at det er de systematiske trekkene fra avsenderen som skaper dens karakter (Warnick 1998: 76). Fødeseksjonen kan fremstå med godt inntrykk, fordi den virker til å være til å stole på under fødesituasjon, basert på kommunikasjonen: Avdelingen repeterer at det foregår trygge og normale fødsler i budskapet. Dessuten at den gravide blir «teken vare på». De fremhever forsvarlige fødesituasjoner med et mest mulig normalt utviklingsløp, der den vordende mor blir ivaretatt. Hoff-Clausen viser at denne formen for ethos skapes basert på at det er et konsistent budskap i kommunikasjonen, det vil si at avsender ikke motsier seg selv (Hoff-Clausen 2010: 45).

Fødeseksjonen kan etableres med eksemplarisk ethos, og det avgjørende er om avsenderen gjør som han sier (Hoff-Clausen 2010: 45). Bildenes budskap kan skape et inntrykk av at det som står i teksten blir fulgt opp i praksis: De kan vise at de ansatte er aktivt

hjelpende og har fokus på den gravide og trygge eller normale fødsler. På denne måten bekreftes budskapet og er konsistent i kommunikasjonen.

Fødeseksjonen fremstår som pålitelig og med integritet i presentasjonsdelen. Slik kan den retoriske diskursen nyansere bildet av Fødeseksjonens omdømme. Gjennom samsvar mellom tekst og bilde, prøver Fødeseksjonen å rette opp deres troverdighet. Denne kan være delvis ødelagt, som en følge av uheldige saker i media.

5.5 Nyhetsartikler

Nyhetsartiklene kan ha som hovedoppgave å imøtegå problemet med den negative kritikken som har vært i media og fra Fylkeslegen. De virker til å være en direkte respons på denne kritiske omtalen, som kan ha vært ødeleggende for deres troverdighet. Jeg velger å kalle «Det er trygt å føde på KK» for nyhetsartikkel 1. I tillegg ønsker jeg å navngi «Får kritikk fra Fylkeslegen» som nyhetsartikkel 2.

I nyhetsartikkel 1 argumenterer Klinikkdirktør Garnes mot de ulike punktene Fødeseksjonen har blitt kritisert for i BT. Hun viser til at den negative omtalen er uriktig, og at det er like trygt å føde på Haukeland som ved andre sykehus. Hun presenterer samtidig ny informasjon gjennom statistikk og fakta, som kan vise at Fødeseksjonen følger de samme prosedyrer som resten av landet. Med andre ord underbygger hun gjennom sammenligning at den gravide kan ha tillit til Fødeseksjonens fødepraksis og kompetanse. Hun skaper et mer positivt bilde på Fødeseksjonens fødebehandling, som kan balansere kritikken.

I nyhetsartikkel 2 rettes det oppmerksomhet mot den kritikken Fylkeslegen har kommet med mot KK (Kvinneklinikken). Fødeseksjonen er på mange måter i en uheldig situasjon i forhold til deres omdømme på grunn av kritikken fra Fylkeslegen. Kritikken handler blant annet om at gravide opplever i for liten grad å bli hørt i forhold til valg knyttet til egen fødsel. Samtidig rettes det kritisk lys på pasientsikkerheten ved seksjonen. Fylkeslegen bemerker at det er for høy terskel for gjennomføring av keisersnitt. Det informeres i artikkelen om at Kvinneklinikken har tenkt å gjøre endringer på bakgrunn av kritikken. Det rettes fokus på de tiltak som allerede er skjedd. Det tegnes et bilde av en seksjon som er i en positiv utvikling. Artikkelen kan bidra til å rette opp inntrykket av Fødeseksjonen ved å fokusere på positiv endringsvilje. Artikkelen kan være et motsvar til kritikken. Den kan vise at avdelingen er opptatt av trygg fødsel. Denne slutningen må den gravide ta selv. Dette er ikke like direkte uttrykt som i nyhetsartikkel 1.

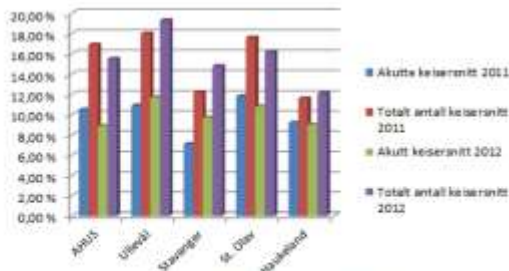
Haukeland universitetssjukehus - Helse Bergen / Aktuelt / Nyheter

Det er trygt å føde på KK

Det har vore nokre saker i Bergens Tidende den siste tida som har gitt grunn til uro hos dei gravide kvinnene som skal føde på KK. Det er difor viktig for meg å oppklare nokre misforståingar og rette nokre fakta.

Haukeland universitetssjukehus

BT har presentert ei dramatisk sak der barnet fekk skadar etter at eit hastekesarsnitt vart tatt for seint. Vi er sjalvsagt svært lei oss for det utfallet denne fødselen fekk. Men BT blander dessverre saman hastekesarsnitt og planlagde kesarsnitt og viridinga av saka gir inntrykk av at legane på Kvinneklinikken er atterhaldne med å ta hastekesarsnitt når noko går gale under ein normal fødsel. Det stemmer ikkje. KK har den same andelen hastekesarsnitt som alle andre sjukehus (sjå figur) det er naturleg for oss å samanlikna oss med:



Statistikk er henta frå nasjonale kvalitetsindikatorer 2. tertial (mai-august 2011 og 2012) som ble publisert av HelseDirektoratet 29.11.2012.

	Akutte kesarsnitt 2011	Totalt antal kesarsnitt 2011	Akutt kesarsnitt 2012	Totalt antal kesarsnitt 2012
AHUS	10,00%	16,90%	8,90%	13,30%
Ullevål	10,90%	18%	11,70%	19,20%
Stavanger	7,10%	12,20%	9,70%	14,80%
St. Olav	11,80%	17,60%	10,80%	18,20%
Haukeland	9,20%	11,60%	9%	12,10%

BT har også presentert ei særskilt tragisk sak der eit barn døydde. Dette er ei sak som går sterkt inn på alle involverte og vi beklagar hendinga på det sterkaste. Her blander BT saman gamle tal og situasjonen i dag. Kvinneklinikken har dei same retningslinene for å sette i gang fødsler når den gravide går over tida som resten av landet.

Det stemmer at legane på Kvinneklinikken var skeptiske til dei nye retningslinene for igangsetting av fødsler som kom i fjor – på lik linje med dei andre fødselslegane i Noreg og den nasjonale foreininga for fødselslegar. Men vi har alle lojalt følgd opp dei nye retningslinene.

BT brukar gamle tal for kor mange som går over tida i svangerskapet ved dei ulike sjukehusa. Saka er vinkla slik at det ser ut som om det er farleg å gå over tida. Det stemmer ikkje. Hos dei fleste gravide som går over terminen startar fødselen av seg sjølv og utviklar seg utan komplikasjonar. Førekosten av fosterdød i Noreg på overtid er svært låg og Haukeland sikl seg ikkje ut her heller. Det er difor beklageleg at media gong på gong bringer til torgs feile fakta om overtidighet og dødsfallar. Her har både NRK og BT vore på bana.

I eit lesarsinnlegg i BT på søndag kom det fram at KK har gamle ultralyddapparat, og at det er årsaka til at legane ikkje såg at eit barn hadde navlestrengen rundt halsen. Dersom nokon av vårt personale har sagt at vi har gammalt utstyr som trugar pasientsikkerheita, så er det sterkt beklageleg – og feil. KK har ein moderne maskinpark, inklusive moderne ultralyddapparat. Dei gravide skal vere trygge på at vi har utstyr for å overvåke både dei og barnet deira.

Å føde eit barn er blant dei sterkaste opplevingane ei kvinne kan ha. Hos oss på KK blir det født om lag 5 000 barn kvart år. I dei aller, aller fleste tilfella går det helt fint. I nokre få tilfelle går det diverre galt.

Vi skal tole å få Helsebilsynet og media sitt lys på oss når vi gjer tragiske feilvurderingar. Men vi håper at media ikkje gjenbruka feile fakta som gir sakene eit endå mer tragisk innhald enn dei treng. Ikkje for oss på KK si skuld, men for dei gravide si skuld. Dei fortener ikkje å bli unødvendig uroa. Det har aldri vore så trygt å føde nokon gong og de som er gravide i dag skal vite at vårt fremste mål er trygg fødsel for mor og barn.

Vi du vite mer om Kvinneklinikken, kan du gå inn på www.helse-bergen.no/kk

Ingrid Johanne Garnes
Klinikkdirektør på Kvinneklinikken

Publisert 29.11.2012 12:45 | Endret 30.11.2012 09:54
Nettredaktør: Kommunikasjonssjef og avdelingsleder Fredrik Lorentzen | Kommunikasjonsavdelinga

Bilde 6: Print-screen av Nyhetsartikkel 1, datert 02.03.14.

Får kritikk frå Fylkeslegen

Fylkeslegen kritiserer Kvinneklínikken (KK) ved Haukeland universitetssjukehus i ein ny tilsynsrapport.

Av Aleksander Valestrand, Camilla Cross Lønsbo, Haukeland universitetssjukehus

– Vi tek alt innhald i rapporten på største alvor og vil sjå nærare på alle avvik som er nemnt her. Tilsynsrapporten frå fylkeslegen vil føre til ein grundig gjennomgang av vår praksis, og dette kan føre til endringar i korles vi løysar ulike problemstillingar, seier klinikkdirektør på KK, Ingrid Johanne Garmes.

Her finn du heile tilsynsrapporten frå Fylkeslegen

Klinikkdirektøren forklarar at det er sett i gang tiltak som vil føre til konkrete endringar.

– Vi tek innover oss at tilsynsmyndighetene seer at vi ikkje er finke nok til å lytte til våre egne tilsette. Det er også alvorleg at vi får kritikk for å ikkje høyre nok på dei fadanda. Begge delar er noko vi verkeleg må ta tak i, seier Garmes, og legg til:

– Alle legane våre skal kursast i pasientkommunikasjon i løpet av året.

Kvinneklínikken får og kritikk for å ikkje vere grundige nok i svara sine etter tilsyn frå Fylkeslegen.

– Vi veit no at vi ikkje har vore gode nok til å svare på tilsynssaker ved hjelp av statistikk, analysar og ved å gjere greie for korles vi justerer verkemda vår etter tilsyn, men det er allereie bestemt at vi skal svare betre frå no av, seier Garmes.

I tillegg til det like etter tilsynet vart gjennomført, sett i gang ei anonym spørjeundersøking blant legane på KK, etter initiativ frå leinga. Ho skulle vere med på å gjere greie for om leinga på KK i tilstrekkeleg grad tek omsyn til erfaringar og synspunkt frå egne medarbeidarar.

– Svara vi fekk her tyder i hovudsak på at legane våre ikkje synes det er vanskeleg å see ifrå dersom dei meiner noko er galt, seier Garmes.

– Dette er berre nokre få eksempel på at vi tek tilbakemeldingane frå Fylkeslegen på største

Publisert av eining

Kvinneklínikken

Det er totalt fem avvik ved KK som kjem fram i rapporten:

- Leinga har ikkje i tilstrekkeleg grad sørga for at kvinner får medverke i val knytt til eigen fødsel
- Leinga har ikkje i tilstrekkeleg grad teke til seg erfaringar og synspunkt frå egne medarbeidarar
- Leinga følger ikkje alltid med på at faglege retningslinjer blir følgd ved at berskelen for å gripe inn med keisarsnitt undervegs i ein fødsel har vore for høg i fleire tilfelle, og at praksis ikkje alltid er i samsvar med egne prosedyrar/masjonale retningslinjer ved overtdisvurdering
- Oppfølging av svikt i enkelt saker blir ikkje tatt tak i på ein tilstrekkeleg måte. Det verkar som at det er motstand i leinga mot å erkjenne eigen svikt og foreta nødvendige justeringar
- Klinikkleinga har i for liten grad brukt statistikk, alvorlege hendingar, tilbakemeldingar frå tilsynsmyndigheter og nasjonale foringar til å analysere og justere eigen verkemda, slik at pasientsikkerheta ikkje blir tatt hand om på ein tilfredsstillande måte.

Bilde 7: Print-screen av Nyhetsartikkel 2, datert 02.03.14.

5.5.1 Strategisk kommunikasjon

Det gjøres flere strategiske grep i nyhetsartiklene, som kan gjenoppbygge tillit og troverdighet til Fødeseksjonen og deres fødepraksis. Kjeldsen uttrykker at retorikk er overbevisning som skjer gjennom en intendert og virkningsfull kommunikasjon (Kjeldsen 2013: 18, 19). Den retoriske diskursen i disse sakene kan kalles snever persuasio, fordi artiklene er typiske saker med divergens. Det legges opp til at ytringene i artiklene skal ha en bestemt effekt. Dette kan altså minne om de politiske sakene og rettsakene i antikken, der taleren ved å skape troverdighet i budskapet, kunne vinne mottakerens oppslutning (Kjeldsen 2013: 18, 19). I de to nyhetsartiklene er det altså sentralt at Fødeseksjonen skaper troverdighet gjennom budskapet. På denne måten kan de vinne sympati og forståelse i de gjeldende sakene, fra de fødende og befolkningen.

Jeg vil vise at det brukes et bestemt mønster i argumentasjonen i de to nyhetsartiklene, for å svare på de kritiske punktene som Fødeseksjonen er berørt av. Begge artiklene innleder argumentasjonen med apologi. Apologi går ut på at en organisasjon som har vært i krise kan si unnskyld i ettertid, og vekke tillit på grunn av dette (Emmertsen 2006: 223-225, 248). Deretter vil jeg vise at Fødeseksjonen tar i bruk autoritetsargumentasjon i nyhetsartikkel 1 og 2. Denne type argumentasjon hviler på et felles referansepunkt om at en kan stole på kilden (Jørgensen og Onsberg 2008: 58).

Jeg vil i det følgende vise at denne måten å argumentere på kan være virkningsfull, fordi den spiller på mottakerens tanker og følelser. I hovedsak anvendes det en logos-apell, men det tas også i bruk en pathos-apell. Den retoriske responsen i disse artiklene kan bidra til

å skape en endring i situasjonen gjennom å påvirke den gravides tenke- og handlemåte. Jeg har vist at Bitzer (1968) mener at situasjonen inviterer til en bestemt og passende respons, som kan skape forandring (Bitzer 1968:6). Det virker som at artiklene består av en retorisk diskurs, som passer til situasjonens krav og behov. Dermed kan denne responsen utgjøre en forskjell for målgruppen. Mønsteret i argumentasjonen er tydeligere i nyhetsartikkel 1 enn i nyhetsartikkel 2. Det er mer sammensatt argumentasjon i nyhetsartikkel 1. Denne bruker en argumentasjon som baseres på sammenligning. I tillegg anvendes det tre ulike former for motargumentasjon i denne artikkelen. I nyhetsartikkel 2 anvendes det bare én form for motargumentasjon, og denne er skjult slik jeg ser det. I tillegg er denne nyhetsartikkelen mye kortere. Det innebærer at det kan forekomme flere eksempler fra nyhetsartikkel 1 enn 2 i analysedelen.

Apologi

Apologi anvendes i begge artikler, men enda tydeligere i nyhetsartikkel 1 enn 2. Denne tradisjonelle talesjangeren kan bidra til å skape et bedre inntrykk av Fødeseksjonen, og at de ansatte er til å stole på. Årsaken er at responsen med unnskyld kan fungere ved å vise at de er lei seg for de kritiske sakene. Jeg vil vise at Fødeseksjonen derfor framstår med karakter og velvilje ved å forholde seg til kritikken på denne måten. Dette kan være et passende svar på de alvorlige anklagene i nyhetsartiklene, som gjerne handler om seksjonens fødebehandling. Denne type krisehåndtering anvendes gjerne av organisasjoner som ønsker å bygge opp igjen troverdighet til organisasjonen (Emmertsen 2006: 225, 248).

Garnes, som representerer Fødeseksjonen i nyhetsartikkel 1, sier «beklager» i omtrent hver eneste av de sakene hun omtaler, som de er blitt kritisert for av BT. Det er typisk for denne kriseresponsen at lederen unnskylder virksomheten i ettertid hvis denne er blitt kritisert (Emmertsen 2006: 223-225, 248). Garnes uttrykker at de uheldige tilfellene påvirker de ansatte emosjonelt. Apologien følger som regel etter at hun har presentert innholdet i argumentasjonen i de kritiske sakene fra BT. Dette viser at Fødeseksjonen kan fremstå som ærlige rundt sine feil. De fremstår unnskyldende og virker til å bry seg om de fødende. Et eksempel på apologi i nyhetsartikkelen er en sak som handler om gravide på overtid. Overtidsfødsler er et sentralt tema som Fødeseksjonens fødepraksis har blitt kritisert for. Garnes starter med å introdusere saken og sier altså beklager: «BT har også presentert ei særs tragisk sak der eit barn døydde. Dette er ei sak som går sterkt inn på alle involverte og vi beklagar hendinga på det sterkaste». For å ta i bruk denne krisehåndteringen, tar en utgangspunkt i en negativ sak i media eller en uheldig situasjon. I teorikapittelet mitt kommer

det frem at apologi brukes som en reaksjon på en krise eller en allerede oppstått situasjon (Emmertsen 2006:223-225,248). Fødeseksjonen tar på seg skylden, og dette kan skape tillit til avdelingen hos de vordende foreldre. Årsaken er at Fødeseksjonen kan se ut til å ta på seg ansvaret for den feilen de har gjort. Garnes' respons virker passende i forhold til sakens alvorlige karakter og hennes «beklager» kan fungere overbevisende.

Jeg vil komme med et annet eksempel på at apologi blir tatt i bruk i nyhetsartikkel 1. Garnes uttrykker det følgende etter ingressen: «BT har presentert ei dramatisk sak der barnet fekk skader etter at eit hastekeisersnitt vart tatt for seint. Vi er sjølv sagt svært lei oss for utfallet denne fødselen fekk». I presentasjonen av denne saken virker det som at Fødeseksjonen er berørt av utfallet. De påpeker at de trist for det tragiske utfallet saken fikk. Dette er en måte å si unnskyld på, og å legge seg flat for kritikken. Garnes' respons er passende til den uheldige saken som det refereres til. Hun følger krisehåndterings typiske reaksjonsmåte ved å si unnskyld. Avdelingen fremstår som ærlig og ydmyk i forhold til sine egne feil i den omtalte saken. Garnes tar ansvar for hendelsen ved å beklage. Samtidig kan anvendelsen av apologi vise at Fødeseksjonen ønsker trygge fødsler. Derfor kan det innledningsvis bli skapt et positivt og velvillig inntrykk av Fødeseksjonen. Samtidig kan kompetanse være like viktig for å skape en opplevelse av trygghet. Jeg vil vise at Fødeseksjonen også fremstår som kompetent, fordi det tas i bruk autoritetsargumentasjon.

I nyhetsartikkel 2, som omtaler kritikken fra Fylkeslegen, blir det ikke direkte uttrykt «beklager». Artikkelen viser at avdelingen tar kritikken seriøst. Den består av mange sitathenvisninger fra klinikkdirektør Garnes. Et eksempel på dette er: «Vi tek alt innhald i rapporten på største alvor og vil sjå nærare på alle avvik som er nemnt her». I tillegg uttrykker Garnes følgende ord: «No skal vi verkeleg ta innover oss avvika som Fylkeslegen har komme med og gjere alt for å løyse desse utfordringane, understrekar klinikkdirektøren.» På bakgrunn av dette virker det som at krisehåndtering med apologi er tatt i bruk. Kritikken fra Fylkeslegen kan ha ført til dårlig omdømme. Dette kan føre til at lederne er nødt til å forholde seg til den oppståtte situasjonen i den retoriske diskursen. Denne tradisjonelle talesjangeren, der forsvaret er hovedfunksjon, virker passende i forhold til den gjeldende situasjon (Emmertsen 2006: 223-225, 248). Garnes er i artikkelen opptatt av å gjøre noe med feilene som Fylkeslegen påpeker. Det legges på denne måten opp til å skape et mer positivt inntrykk av Fødeseksjonen.

De kritiske sakene i Fylkeslegens rapport presenteres i den høyre margin og blir henvist til øverst i brødteksten i nyhetsartikkel 2. Fødeseksjonen velger selv å rette fokus på

kritikken. Ved å presentere informasjonen på høyre side, bidrar dette til at artikkelen i særlig grad knyttes opp til en tidligere situasjon: Fylkeslegens kritikk. Dette er en rederlig måte å møte kritikken på, og kan skape et inntrykk av en fødeinstitusjon som er seriøs og ansvarlig. Fødeseksjonen får spillerom til å forklare hvordan de forholder seg til kritikken.

Fødeseksjonen er opptatt av å vise leserne at det skal bli en bedre og tryggere fødebehandling i framtiden. Flere av punktene i Fylkeslegens kritikk er knyttet direkte til fødebehandlingen. Det virker som at lederne ved Fødeseksjonen aksepterer kritikken. De fremhever at seksjonen må forbedre seg. Dette kan vise at de tar på seg ansvaret og er villig til å endre seg. Artikkelen kan indirekte skape et bilde av at Fødeseksjonen bryr seg om de fødende og deres opplevelse av fødesituasjonen. Den retoriske diskursen kan på denne måten fungere dempende i forhold til den angst mange gravide kjenner på før fødselen.

Avdelingen kan gjenoppbygge troverdighet hos de vordende foreldre, ved å forholde seg til kritikken på en ydmyk måte. Apologi kjennetegnes av å kunne ha en slik oppbyggende funksjon i krisesituasjoner (Emmertsen 2006:225,248). Den baseres på at hvis en er åpen og ærlig om svakheter, kan en vinne ny tillit basert på dette. Jeg har vist at krisehåndtering med apologi i de to nyhetsartiklene kan ha blitt brukt for å skape et mer positivt inntrykk av Fødeseksjonen. Apologi har en funksjon i diskursen, der en viser at en er opptatt av trygg fødsel. Likevel kan en kritisk hevde at Fødeseksjonen ikke har hatt noe annet valg enn å fremstå på denne måten når de har blitt utsatt for kritikk. Så er det virkelig en ærlig og redelig fødeinstitusjon den gravide møter i kommunikasjonen under nyhetsartiklene? Jeg velger å tro på Fødeseksjonen, men mottakernes forhåndsoppfatning vil være avgjørende for om det skapes tillit eller ikke. Mottaker tolker gjerne kommunikasjonen basert på den omkringliggende kontekst og hvem som står bak den (Miller 2001).

Autoritetsargumentasjon

Jeg vil vise at det brukes autoritetsargumentasjon for å komme med informasjon rundt fødesituasjonen i de to ulike nyhetsartikler. Dette gjelder særlig de kritiske punkt av fødebehandlingen som omhandles i artiklene. En forsøker på denne måten å løse problemet med den gravides mangel på informasjon før fødselen. På bakgrunn av dette fremstår Fødeseksjonen, som kompetent. Det er naturlig at den vordende mor har lyst til å få mer kunnskap rundt disse sakene i forkant av sin fødsel.

Det brukes autoritetsargumentasjon i begge nyhetsartiklene, men på litt ulik måte. Dermed vektlegges kilden som et slags bevis for at den påstanden som hevdes er riktig. I nyhetsartikkel 1 er denne argumentasjonsformen tatt i bruk, da den er skrevet av

klinikkdirektør på Kvinneklinikken Ingrid Johanne Garnes. Hun anvender flere motargumentasjons-former i denne artikkelen. Dette understøttes av at hun er en autoritet. Jeg vil vise at denne argumentasjonsformen kan fungere passende ut fra den gjeldende situasjonen. I nyhetsartikkel 2 er Garnes henvist til i 3. person. Hun framstår som en kilde med autoritet. I denne nyhetsartikkelen foregår det skjult motargumentasjon. Det foregår utstrakt bruk av sitat der kilden, som det henvises til, er Garnes. Jeg vil komme nærmere inn på dette ved å gå inn på en artikkel om gangen.

Garnes sitt navn og stillingstittel står nederst under nyhetsartikkel 1. Autoritetsargumentasjon hviler på en hjemmel som går ut på at en kan stole på kilden (Jørgensen og Onsberg 2008: 58). Den baseres på at mottakeren har tillit til avsenderen som, i dette tilfellet er, klinikkdirektør Garnes. Det faktum at hun er klinikkdirektør kan gi de vordende foreldre et inntrykk av at hun er ekspert på de tema som artikkelen berører. På bakgrunn av dette er det sannsynlig at den gravide og partneren vil stole på henne i argumentasjonen. Det vil si at de har tillit til at de opplysningene hun kommer med i artikkelen er riktig.

Jeg har vist at Garnes bruker en sammensatt argumentasjon i nyhetsartikkel 1. Hun anvender tre ulike motargumentasjons-former. Deretter korrigerer hun saksfremstillingen fra BT og belyser fakta ved hjelp av statistikk og forskning som fremstiller fødselsbehandlingen ved Fødeseksjonen i et positivt lys. I tillegg bruker hun sammenligning. Det er naturlig at disse andre argumentasjonsformene får styrke gjennom at det er en autoritet som anvender dem.

Garnes anvender disse tre motargumentasjons-formene: «Punktvis motargumentasjon», «Angrip argumentasjonsformen» og «Bestrid det». Den førstnevnte framgangsmåten går ut på at en tar opp ett og ett punkt og hele tiden argumenterer imot disse (Jørgensen og Onsberg 2008: 83). Dette betyr at Garnes argumenterer gjentagende mot BTs påstander. Dette gjelder saker som handler om keisersnittproblematikk og dødfødsler på overtid. Gjennom hele artikkelen og i hvert avsnitt gjør hun dette.

Metoden «Bestrid det» handler om at en først presenterer motpartens innhold i argumentasjonen, for deretter å vise til at dette ikke er riktig (Jørgensen og Onsberg 2008: 83, 84). Gjentatte ganger retter Garnes fokus på at motparten sine saker ikke stemmer, eller er feilaktig framstilt. Hun uttrykker dette direkte. Videre følger hun opp med å anvende den siste formen for motargumentasjon. Denne heter «Angrip argumentasjonsformen». Denne metoden konsentrerer seg om motpartens argumentasjonsmåte. En kan prioritere å være kritisk mot en

enkelt del eller hele (Jørgensen og Onsberg 2008: 86). Garnes vektlegger at de gjeldende sakene er basert på argumentasjon som hviler på feile fakta, og at det fremsettes grunnløse påstander. Garnes velger mer detaljert å gå kritisk inn på argumentasjonsmåten i enkeltsaker i artikkelen. Hun retter et kritisk søkelys på argumentasjonen og gjentar det både innledningsvis og avslutningsvis. På denne måten skaper hun også plass og mulighet til å komme med positiv argumentasjon for Fødeseksjonen. Metoden virker til å være effektiv, fordi grunnlaget for påstandene gjerne faller vekk hos motparten.

Videre bruker Garnes gjerne sammenligning i de ulike saker, for å bevise at det er like trygt å føde på Fødeseksjonen som på andre sykehus. Denne argumentsformen baseres gjerne på et rettferdighetsprinsipp om at like ting skal behandles på samme måte (Jørgensen og Onsberg 2008: 56, 57). Garnes vil vise at Fødeseksjonen har blitt urettferdig behandlet i media gjennom den kritikken de har fått. Gjennom å rette fokus på at de har samme praksis som andre sykehus, når det gjelder akutte keisersnitt og fødsler på overtid, viser hun at det ikke er farlig å føde på Fødeseksjonen.

Garnes formulerer følgende i avsnittet om den uheldige saken om hastekeisersnitt, som er nevnt tidligere: «Men BT blandar dessverre saman hastekeisersnitt og planlagde keisersnitt og vinklinga av saka gir inntrykk av at legane på Kvinneklinikken er atterhaldne med å ta hastekeisersnitt når noko går gale under ein normal fødsel. Det stemmer ikkje. KK har den same andelen hastekeisersnitt som alle andre sjukehus (sjå figur) det er naturleg for oss å samanlikna oss med». Deretter presenteres det statistikk som underbygger dette. Hun anvender metoden «Bestrid det» ved at hun etter å ha introdusert saken, viser til at BTs argumentering er uriktig. Samtidig har hun også tatt i bruk «Angrip argumentasjonsformen» før dette, fordi hun mener at en sammenblanding av fakta bidrar til feil vinkling av BT i denne saken. Deretter presenterer hun informasjon som virker til å være mer riktig om Fødeseksjonens fødepraksis. Nærmere bestemt at Fødeseksjonen har samme antall hastekeisersnitt som andre sykehus som det er logisk å sammenligne med. Statistikken Garnes viser til, plasserer Fødeseksjonene omtrent på samme nivå som andre sykehus når det gjelder akutte keisersnitt. Dette vises gjennom et søylediagram og et prosentvis antall i 2011 og 2012. Nærmere bestemt ligger de på rundt 12 prosent på totalt antall keisersnitt og 9 prosent på akutte keisersnitt i 2011 og 2012, og skiller seg derfor ikke mye ut fra de andre sykehus de sammenlignes med. Argumentasjonen kan fungere overbevisende, fordi hennes hovedargumentasjon virker til å være at det er like trygt å føde ved Fødeseksjonen som ved andre sykehus. Grunnen er at de følger den samme fødepraksis som resten av landet.

Den gravide kan feste lit til denne informasjonen. Garnes fremstår som en autoritet på dette området. Jeg har vist at det er vanlig å tro på det en autoritet uttrykker, fordi det gjerne oppfattes som sannferdig. Det er lettere å stole på en autoritet dersom det handler om hendelser og fakta istedenfor evalueringer. Fordi vurderinger gjerne kan bli stilt spørsmål til og lettere bli kritisert, mens hendelser tar en gjerne for gitt når en kilde hevder slik faktainformasjon (Jørgensen og Onsberg 2008: 58, 59). I dette eksempelet handler det om statistikk og fakta. Det foregår en bestemt autoritetsargumentasjon, som målgruppen sannsynligvis opplever som riktig. Det virker som at fakta og søylediagram, samt Garnes' lederstilling, understøtter autoritetsargumentasjonen.

Det anvendes autoritetsargumentasjon i store deler av artikkel 2. Årsaken er at mye av informasjonen som blir presentert i artikkelen, kommer fra klinikkdirektør Garnes. Disse opplysningene kommer frem gjennom en vekslende blanding av sitat og referat i artikkelen. Garnes fremstår som en ekspert som har kompetanse på de områder som artikkelen belyser, fordi hun er klinikkdirektør. Stillingstittelen blir for øvrig gjentatt tre ganger i artikkelen. I det første sitatet hentydes det til klinikkdirektør Garnes med stillingstittel og fullt navn. Det presenteres blant annet følgende: «Tilsynsrapporten frå fylkeslegen vil føre til ein grundig gjennomgang av vår praksis, og dette kan føre til endringar i korleis vi løyser ulike problemstillingar, seier klinikkdirektør på KK, Ingrid Johanne Garnes.» Den informasjonen hun kommer med blir en påstand som virker sannferdig, på bakgrunn av at hun er en autoritet. Årsaken er at mottakeren fester lit til det en autoritet og ekspert sier (Jørgensen og Onsberg 2008: 58). Samtidig kan en kritisk stille spørsmål ved om det er tilstrekkelig at hun er en ekspert, med tanke på den omfattende mediekritikken mot Fødeseksjonen. Denne type argumentasjon har også emosjonell appell, der mottakeren sine følelser og forestilling om avsenderen, altså omdømme, påvirker hvor stor tilslutning argumentet får (Jørgensen og Onsberg 2008: 58, 59).

Garnes opplyser om konkrete tiltak som allerede har funnet sted på grunnlag av kritikken, eller som planlegges i fremtiden. Leseren vil sannsynligvis stole på denne informasjonen. Et eksempel på justeringer handler om pasientkommunikasjon. De fødende opplever at de ikke har blitt hørt. Garnes uttrykker følgende, som viser at avdelingen ønsker å bli bedre på dialogen med sine pasienter: «Alle legane våre skal kursast i pasientkommunikasjon i løpet av året». Slik viser seksjonen endringsvilje hos ledelsen, som de også kritiseres for å mangle. Et annet eksempel på handlekraft hos ledelsen er dette: De har allerede satt i gang en spørreundersøkelse hos leger, som viser at de ikke synes det er

vanskelig å gi beskjed hvis noe er feil. Dette kan motbevise punktet i rapporten om at legene ikke i stor nok grad tar til seg erfaringer og vurderinger fra egne medarbeidere. Årsaken er at intensjonen med denne spørreundersøkelsen kan være å få mer kunnskap om erfaringer fra deres ansatte. Det virker som at Fødeseksjonens ledelse indirekte ønsker trygg fødsel, fordi de punktene som tas opp vedrører fødesituasjonen og hvordan seksjonen kan forbedre seg.

Det kan virke som at det foregår en skjult motargumentasjon i denne artikkelen. Denne virker til å basere seg på logos-appell og felles referansepunkter. Lederne viser evne til å justere sin egen virksomhet i forhold til alle de punkter Fylkeslegen har kritisert dem for. De viser gjentagende at de er innstilt på å gjøre endringer, og har gjort det i de sakene som Fylkeslegen har pekt på.

5.5.2 Samspill mellom ulike virkemidler

Aristoteles viser at en kan skape troverdighet i argumentasjonen ved å ta i bruk pathos-, logos- og ethosappell på en hensiktsmessig måte (Aristoteles 2006: 27, 28, 30). I særlig grad har jeg vist at nyhetsartiklene består av logos-appell, men også pathos-appell. Det vil være av interesse å undersøke om pathos-appell også tas i bruk i innledning og avslutning av nyhetsartikkel 1 for å støtte logos-appell og skape en mer virksom argumentasjon. Jeg ønsker å vurdere om Fødeseksjonen bevisst spiller på disse virkemidlene i kommunikasjonen og slik imøtegår den negative medieomtalen.

Innledning og avslutning på nyhetsartikkel 1

Det virker som at ingress og avslutning i artikkelen «Det er trygt å føde på KK» i særlig grad spiller på virkemiddelet logos. Grunnen er at det legges opp til at argumentasjonen spiller på rasjonelle tenkemåter, som et utgangspunkt for å kunne overbevise. I teorikapittelet mitt under logos presenterer jeg at Aristoteles viser at overbevisende argumenter gjerne baseres på et felles synspunkt, som mottaker og avsender deler. Rasjonelle tenkemåter er en av tre ulike former for dette, som mottaker og avsender kan være enige om, og ha som en plattform i den videre argumentasjonen (Aristoteles ifølge Kjeldsen 2013: 151, 152). Det anvendes pathos-appell som tar utgangspunkt i den gravides opplevelse av fødselen. Dette kan påvirke den gravide og partneren emosjonelt, fordi de snart skal erfare fødesitasjon. Nærhet og identifikasjon til temaet kan vekke følelser (Kjeldsen 2013: 309). Artikkelens ingress: «Det har vore nokre saker i Bergens Tidende den siste tida som har gitt grunn til uro hos dei gravide kvinnene som skal føde på KK. Det er difor viktig for meg å oppklare nokre misforståingar og rette nokre fakta.» Garnes tar utgangspunkt i den gravides uro både

innledningsvis og avslutningsvis. Hun inntar en personlig stil ved at hun hentyder til seg selv, og altså tar på seg rollen med å ordne opp i dette. Avslutningsvis inntar Garnes også de fødendes posisjon, ved å hentyde til at: «Å føde eit barn er blant dei sterkaste opplevingane ei kvinne kan ha. Hos oss på KK blir det født om lag 5 000 barn kvart år. I dei aller, aller fleste tilfella går det helt fint. I nokre få tilfelle går det diverre galt.» Dermed inntar hun altså de fødendes perspektiv, og viser hvor sårbar fødesituasjonen er for den enkelte kvinne. Hun er først på individnivå, altså den enkeltes opplevelse av fødsel. Deretter velger hun, basert på en større sammenheng, å berolige de fødende ved å fortelle at flertallet av de 5000 utførte fødsler pr. år ved KK går bra. Denne stilen og tonen kan fungere dempende for gravide kvinners uro. Garnes bruker gjentagelse når hun til slutt i avsnittet uttrykker: «I dei aller, aller fleste tilfella går det heilt fint.» Deretter kontrasterer hun ved å legge til: «I nokre få tilfelle går det diverre galt». Hun skaper totalt sett en argumentasjon som viser at det i hovedsak er trygt å føde på KK. Logos-argumentasjonen kan støtte seg på pathos-appeal i denne sammenhengen.

I det neste avsnittet spiller Garnes på at media ikke må forstørre negative enkelthendelser og skape et verre inntrykk av KK enn det fakta tilsier. «Vi skal tole å få Helsetilsynet og media sitt lys på oss når vi gjer tragiske feilvurderingar. Men vi håper at media ikkje gjenbruker feile fakta som gir sakene eit endå meir tragisk innhald enn dei treng. Ikkje for oss på KK si skuld, men for dei gravide si skuld. Dei fortener ikkje å bli unødvendig uroa. Det har aldri vore så trygt å føde nokon gong og dei som er gravide i dag skal vite at vårt fremste mål er trygg fødsel for mor og barn». Garnes spiller direkte på de gravidens uro, og at media må ta ansvar og ikke gjøre dem mer nervøse enn nødvendig. Hun tar i bruk bestemte virkemidler, blant annet strategisk kommunikasjon. Dette handler om å bygge allianse med de fødende i deres felles intensjon om trygge fødsler. Hun gjør et poeng av å sette de gravide i første rekke, og at det er deres anliggende som teller. Hun kan skape sympati og tillit ved å belyse saken på denne måten. Dermed tar hun den gravidens opplevelse av fødesituasjonen på alvor.

5.5.3 Troverdigheten som etableres i Nyhetsartiklene

Karakter og velvilje

Kjeldsen viser at karakteren kan bli tydeligere hvis avsenderen er ærlig rundt sine feil. Årsaken er at dette kan skape troverdighet til ham, fordi han da viser at han er rederlig (Kjeldsen 2013: 133). Avdelingen virker åpen om sine svakheter i de to artiklene ved å ta i

bruk apologi: Fødeseksjonen kan fremstå med en sterkere karakter og velvilje gjennom at det uttrykkes unnskyld i de omtalte sakene. På denne måten tar de ansvar for de uheldige sakene. En kartlegging av avsenderens karaktertrekk i nyhetsartiklene forsterker inntrykket av Fødeseksjonen som velvillig og til å stole på. Hoff-Clausen viser at den intertekstuelle og eksemplariske opplevelsen vi får av avsenderen på en nettside, vil si noe om avsenderens moralske karakter og velvilje. Mottakeren får tillit til en avsender som ytrer seg konsistent, og som gjør det han sier. Disse erfaringene kan derfor vise om avsenderen har integritet og pålitelighet (Hoff-Clausen 2010:41,42,43,45).

Det er et konsistent mønster i argumentasjonen i begge artiklene og Fødeseksjonen kan fremstå med intertekstuell ethos. Fødeseksjonen virker til å ta ansvar for de uheldige sakene og ønsker trygge fødsler. I tillegg virker de kompetente og/eller endringsvillige. Hoff-Clausen viser at intertekstuell ethos handler om at det er samsvar mellom hjemmesidens ulike deler og ytringer (Hoff-Clausen 2010:40). Warnick opplyser også om at det er de tydelige mønstrene i kommunikasjonen fra avsenderen på Internett som er sentralt for vårt inntrykk av denne (Warnick 1998:76). Fødeseksjonen fremstår ut fra disse mønstrene som vennlig, kunnskapsfull og til å stole på.

Det kan etableres en eksemplarisk ethos når det er samsvar mellom det som ytres i nyhetsartiklene og Fødeseksjonens handlinger. Det underbygges på ulike måter gjennom kommunikasjonshandlinger at Fødeseksjonens ansatte er redelige. Det brukes for eksempel fakta og statistikk for å underbygge at det er trygt å føde ved Fødeseksjonen, og at de ansatte har faglig tyngde i nyhetsartikkel 1. Disse virkemidlene er tatt i bruk for å vise at det er like trygt å føde ved Fødeseksjonen som ved andre sykehus. Nyhetsartikkel 2 viser, gjennom de allerede igangsatte tiltak og de planlagte, at Fødeseksjonen gjennom handlinger er innstilt på å forbedre seg for å sikre forsvarlig fødsel. Derfor får vi et godt inntrykk av Fødeseksjonen som institusjon, basert på de adferdsmønstrene som kommer frem. Grunnen er at karakterens handlinger og intensjoner virker til å stemme med budskapet.

I nyhetsartikkel 1 skaper Garnes også et virkelighetsbilde i kommunikasjonen der avdelingen tar hensyn til den fødendes interesser og behov. Fødeseksjonen kan fremstå som ivaretagende overfor de fødende ved å gjøre dette. Hun tar i argumentasjonen på seg oppgaven med å beskytte dem mot den uheldige kritikken. Det rituelle inntrykket skaper en opplevelse av om avsenderen er hyggelig og bryr seg om sine mottakere. Dette baseres på om avsender tar hensyn til sine mottakere i kommunikasjonen ved å prioritere deres interesser

(Hoff-Clausen 2010: 42, 43). Garnes skaper en allianse med den fødende i nyhetsartikkel 1, der jeg har beskrevet at Fødeseksjonen inntar deres perspektiv i argumentasjonen.

I nyhetsartiklene virker det som at verdien av trygg fødsel blir prioritert av avsenderen, fordi Fødeseksjonen direkte eller indirekte uttrykker at de er opptatt av dette. Dette kan skape en positiv identifikasjon mellom Fødeseksjonen og de fødende, som også synes dette er viktig. Dette kan være en fellesopplevelse som kan fungere som et grunnlag for en rituell ethos: Den fødende og Fødeseksjonen kan på bakgrunn av dette nærmest tre inn i en lignende karakter (Hoff-Clausen 2010: 41, 42, 43). McCroskey vektlegger at kategorien «caring for the perceiver» handler om at avsender imøtegår mottakerens utfordringer, ved å sette seg inn i deres situasjon og vektlegge deres agenda (McCroskey 2001: 86). Det virker som at Fødeseksjonen forstår den utryggheten de fødende kan oppleve ved å prioritere på ulike måter i nyhetsartiklene å vise at de verdsetter en forsvarlig opplevelse av fødesituasjonen. På denne måten imøtegår de på en ydmyk måte et sentralt problem, som viser at de er vennlig innstilt overfor deres pasienter (McCroskey 2001: 86).

Kompetanse og tekstuell ethos

I begge artikler blir i hovedsak Fødeseksjonen fremstilt med kompetanse og tekstuell ethos. Hoff-Clausen viser at avsenderens formålstjenlige presentasjon av stoffet på det gjeldende området, skaper mottakerens inntrykk av kompetansen (Hoff-Clausen 2010: 45). Garnes, som klinikkdirektør, fungerer som en informasjonskilde i hver av disse tekstlige delene. Det er naturlig å tenke at hun er en ekspert eller har kunnskap om de konfliktfylte temaene på bakgrunn av sin stilling. Det anvendes en strategisk kommunikasjon, der argumentasjonen skaper et bilde av en intellektuell og ressurssterk fødeinstitusjon. Den formålstjenlige kommunikasjonen viser at Fødeseksjonen har evne til å behandle vanskelige faglige tema på en overbevisende måte. Det tas i bruk bestemte virkemidler i nyhetsartiklene, som kan skape en opplevelse av en faglig forankret institusjon.

Det foregår autoritetsargumentasjon. Garnes har faglig tyngde i de berørte sakene som tas opp i de ulike artiklene, fordi hun er leder for seksjonen. Hun får tillit i tråd av at hun er klinikkdirektør og bruker denne posisjonen godt. Det skapes troverdighet til innholdet i nyhetsartiklene når kilden er faglig kvalifisert for det temaet en tar opp på en nettside (Fogg 2003: 123). Dette gjelder spesielt hvis kilden fremstår som artikkelforfatter med full stillingstittel og navn.

I nyhetsartikkel 1 har jeg vist at Garnes er artikkelforfatter, der hun signerer med fullt navn og stillingstittel. I nyhetsartikkel 2 blir hun referert til i tredjeperson. Det er vanlig at

autoritetsargumentasjon foregår ved at kilden blir referert til som første- eller tredjeperson. På bakgrunn av Garnes' kommunikasjon er det sannsynlig at den gravide blir overbevist av budskapet i de ulike artiklene. Fødeseksjonen blir i nyhetsartikkel 1 framstilt som en faglig etablert fødeinstitusjon, med god evne til å argumentere for egen sak. Garnes virker til å ha fagkunnskap, fordi hun anvender statistikk og fakta i artikkelen. I nyhetsartikkel 2 føres det en mer diskre motargumentasjon, der stil og tone er hensiktsmessig og passende i forhold til at den vedrører Fylkeslegens kritikk. Det er valgt en hensiktsmessig struktur, der avsenderen varierer mellom sitat og referat. Garnes kan fungere opplysende og bekreftende i sitatform i forhold til de planlagte og allerede iverksatte tiltak ved Fødeseksjonen. Fødeseksjonen benytter en formålstjenlig struktur i nyhetsartiklene og fremstår som en kompetent fødeinstitusjon. Vi ser altså her at logos er med på å skape vårt inntrykk av ethos.

5.6 Oppsummering av analysen

Jeg har analysert forsiden, den virtuelle applikasjonen, presentasjonsdelen og to nyhetsartikler som Fødeseksjonens nettsider består av. Jeg vil først ta for meg de sentrale funn innenfor hver del, og sammenfatte dette for å belyse om Fødeseksjonens nettsider fremstår troverdig. Dernest vil jeg besvare hvilke hovedtrekk som kommer til syne i forhold til de virkemidler som tas i bruk for å besvare og imøtegå de utfordringer som den aktuelle retoriske situasjonen krever. Vi må huske at de påtrengende problem i Fødeseksjonens retoriske situasjon er den vordende mors utrygghet i forbindelse med fødesituasjon, informasjonsmangel og negativ omtale i media. Hvilke kommunikasjonsformer som nettsiden tar i bruk for å imøtegå disse utfordringene og å oppnå tillit, vil også bli belyst. På denne måten kan jeg vise hvordan Fødeseksjonen etablerer sin troverdighet gjennom sine nettsider.

Forsiden

Et av de påtrengende problem i Fødeseksjonens retoriske situasjon er, som beskrevet tidligere i oppgaven, de vordende foreldres utrygghet rundt fødesituasjonen. Jeg vil forsøke å besvare hvilke retoriske virkemidler og kommunikasjonsformer som tas i bruk på forsiden for å imøtegå den aktuelle utfordringen og etablere troverdighet.

Bildene på forsiden kan avhjelpe engstelse ved å appellere til trygghet og harmoni og gi et rolig og avbalansert inntrykk. Ulike former for pathos-appell er det mest fremtredende virkemiddelet på forsiden til Fødeseksjonen, som beskrevet i kapittel 5.2. Nærhet og identifikasjon er tatt i bruk for å skape kontakt og bygge en god relasjon med de vordende

foreldre. I kommunikasjonsformer, som tekst og bilde, skapes det et forsvarlig inntrykk av den gjeldende fødepraksis. Dette kan imøtegå den nervøsitet mange gravide opplever i forkant av fødesituasjon. Ved å vektlegge tema som både avsender og mottaker deler som interesse, nemlig fødsler og fødebehandling, skapes det en felles tilhørighet. Forsidens blikkfang preges av utstrakt bruk av bilder relatert til fødebehandlingen. De fungerer illustrerende og er avbildet i lyse farger som inngir harmoni og trygghet. Dette rolige inntrykket representerer Fødeseksjonens fødepraksis. De sender signaler om at den framtidige fødselen vil gå bra, ofte gjennom stereotypiske motiv. Gjennom bildets ikonisk emosjonelle funksjon bringes de vordende foreldre nærmere den virkelige fødepraksisen, og de kan få en tilnærmet ekte opplevelse. Dette er også en form for mediert evidens, som jeg påpeker i analysen min. Jeg har beskrevet at dette kan skape sikkerhet, fordi den vordende mor kan oppleve det som at hun har vært på Fødeseksjonen. Bildene kan også sette i gang en assosiasjonsprosess og krever aktiv tolkning fra de involverte, jf. underkapittel 5.2.2, 5.2.3. Fødeseksjonen fremstår i hovedsak med velvilje, og det skapes en opplevelse av at de ivaretar den fødende og skaper kontakt gjennom de ulike virkemidlene.

Forsiden er strukturert og har klare inndelinger ut fra sine funksjoner. Det er en meny som tilkjenner kompetanse innenfor fagfeltet fødsler og fødebehandling. Kontaktinformasjonen er med store bokstaver og det signaliseres at Fødeseksjonen er klar til å hjelpe. Her signaliseres velvillighet.

Forsiden anvender Internettets typiske hypertekst-struktur med bilde-, tekst- og videolinker, som et svar på den gravides informasjonsbehov, jf. underkapittel 5.2.1. Den er en informasjonsressurs. Stor grad av multimodalitet er tatt i bruk og en virtuell applikasjon er plassert midt på forsiden, med video og lyd. Hypertekstualiteten virker forankrende i forhold til den informasjon den ønsker å videreformidle. Forsidens bruk av hypertekstlenker signaliserer interaktivitet, og det forventes at mottaker er aktiv i sin informasjonssøking.

Til tross for massiv negativ medieomtale, viser forsiden ingen direkte respons utad på dette. Den korte introduksjonsteksten vektlegger deres kompetanse og virkeområder og poengterer erfaring og spesialitet i forhold til krevende tilfeller. Ifølge underkapittel 5.2.4 skapes det et godt og troverdig bilde av avdelingen som en kompetent behandlingsinstitusjon. Teksten har en opplysende funksjon som kan svare på de gravides informasjonsbehov. Her brukes logos-appell for å skape trygghet i forhold til erfaring og kompetanse, og det harmoniske inntrykket er rådende. På denne indirekte måten bruker forsiden den retoriske diskursen som et svar på mediekritikken.

Den virtuelle applikasjonen

Retorisk sett viser analysen at den virtuelle applikasjon i hovedsak er laget som et svar på de vordende foreldres behov for å bli beroliget i forhold til de usikre elementene rundt fødesituasjonen, jf. kapittel 5.3. Applikasjonen kan være en passende respons i forhold til utfordringen med den gravides engstelse og uro før fødsel. Pathos-appell er det rådende virkemiddelet i den virtuelle applikasjonen, da det visuelle aspektet er i forgrunnen. «Gjennomsiktig medieteknologi» tillater den gravide å bevege seg i det virtuelle «fødeunivers» på omvisning. Hun kan kontrollere hvor og hvordan hun vil eksponere seg for fødesituasjonen for å skaffe seg trygghet og overblikk, som beskrevet i underkapittel 5.3.1. Den virtuelle applikasjonen kan gi den gravide et verktøy til å møte sin usikkerhet på. Hun kan få en virkelighetsnær opplevelse etter å ha besøkt Fødeavdelingen virtuelt. Dette er en kommunikasjonsform som kan bidra til stor grad av nærvær i forhold til fødestuen og fødestedet. Det virtuelle bildet og videoene kan fungere illustrerende i forhold til Fødeseksjonens omgivelser og den spesielle fødesituasjonen. Videoen kan også fungere opplysende, gjennom at ansatte presenterer de ulike underseksjoners gjeldende fødepraksis i disse.

De ansatte snakker direkte i du-form i videoene og forteller detaljert om ulike fødselsforløp og rutiner. Dette bidrar til en tilstedeværende opplevelse av fødesituasjon i nåtid. Den gravide får dekket sitt informasjonsbehov, fordi den ansatte kommer med nyttig kunnskap i hennes presentasjon. Hennes tale kan skape oversikt i forhold til fødestedets kompetanse og ansvarsområder. Muntlig framstilling kan på denne måten ha en opplysende funksjon og dekke et informasjonsbehov. Virkemiddelet logos tas i bruk og skaper en oversiktlig virtuell applikasjon på alle nivå. Denne typen appell bygger opp under pathos-appell, og sammen skaper de et inntrykk av en god, trygg og troverdig fødeinstitusjon, jf. underkapittel 5.3.2.

Fødeseksjonen kan ved hjelp av den virtuelle applikasjonen skape en nærværende troverdighet, som en passende respons på utryggheten. De virker til å fremstå med karaktertrekk som ivaretagende, kompetente og ansvarlige. Fødeseksjonen kan derfor oppleves i hovedsak med velvilje, men også med karakter og faglig tyngde, som beskrevet i underkapittel 5.3.4.

I forhold til den omtalte mediekritikken, kan den virtuelle applikasjonen være et virkemiddel som kan fungere som en motvekt til kritikken. Den kan balansere og gi en positiv opplevelse av Fødeseksjonen og dermed bidra til å rette opp det negative omdømmet, jf. underkapittel 5.3.3.

Presentasjonsdelen

Ut fra de vordende foreldres informasjonsbehov, som tidligere beskrevet, er det av interesse å vurdere om Fødeseksjonen, gjennom sin presentasjonsdel, imøtegår dette. Hvilke retoriske virkemidler og kommunikasjonsformer som blir fremtredende i presentasjonsdelen for å avhjelpe denne utfordringen har jeg vurdert i analysen. Denne delen består av kommunikasjonsformer som tekst og bilde. Teksten er bygd opp rundt ulike fagkategorier og handler om målgrupper og ansvarsområder. Virkemiddelet logos skaper et bilde av at Fødeseksjonen innehar den nødvendige kompetanse. De vordende foreldre kan få dekket sitt informasjonsbehov og kunnskapen kan virke klargjørende og betryggende, som belyst i underkapittel 5.4.1. Fødeseksjonen kommer med en passende respons gjennom opplysende tekst. Den gravide får nyttige opplysninger om fødepraksisen ved Storken og Fødeavdelinga. Bildene er i hovedsak illustrasjoner til teksten, og eksemplifiserer den gjeldende fødebehandling. Storkens presentasjonsdel viser at bilde og tekst sammen kan utdype meningsinnholdet. Bildene er valgt for å skape trygghet og et inntrykk av faglig kontroll, kompetanse og velvilje. Samspillet mellom bilde og tekst fungerer harmoniserende og kan skape et overbevisende inntrykk av fødeinstitusjonens fødepraksis. Ansatte i hvite uniformer er aktivt til stede og hjelpende på bildene, og dette signaliserer omsorg og god ivaretagelse.

Presentasjonsdelen har preg av både logos- og pathos-appell. Bildene og den gravides opplevelse av dem, sammen med opplysende tekst, gir et helhetlig inntrykk av en troverdig Fødeseksjon, jf. kapittel 5.4. På denne indirekte måten kan den retoriske diskursen være et motsvar på den negative kritikken mot Fødeseksjonen, som kan ha skadet omdømmet. Dette er en utfordring, som vi husker, i Fødeseksjonens retoriske situasjon.

Nyhetsartiklene

Innledningsvis, og ved gjennomgang av den retoriske situasjonen, har jeg redegjort for den massive mediekritikken rettet mot Kvinneklinikken. Analysen min viser at nyhetsartiklene kan tolkes som et direkte motsvar til den aktuelle retoriske situasjonen.

Nyhetsartiklene ligger nederst på forsiden til Kvinneklinikken. Dette virker til å være en strategisk plassering. De vordende foreldre kan ikke automatisk se artiklene, da de

ikke ligger direkte inne på Fødeseksjonens nettsider. Plasseringen er en passende retorisk respons i forhold til den massive mediekritikken avdelingen har fått. Det kan se ut som at Fødeseksjonen har valgt å minimalisere responsen og å imøtegå kritikken fra BT og Fylkeslegen. Nyhetsartiklene tar i hovedsak i bruk motargumentasjon, autoritetsargumentasjon, sammenligning og apologi. Dette er en passende strategisk respons på kritikken, jf. underkapittel 5.5.1. Slik forsvarer Fødeseksjonen seg mot den omfattende mediekritikken og dette kan ha betydning for om de kan etablere ny tillit. Alle de ulike punktene blir imøtegått og det etableres en sterk ethos-skikkelse. Karakteren blir tydelig, fordi de unnskylder seg og tar på seg ansvar. De viser endringsvilje, samtidig som de fremhever sin kompetanse. Statistikk og søylediagram er virkemidler som brukes for å underbygge kunnskap og sammenligne Fødeseksjonen med andre sykehus i Norge. Hovedargumentasjonen er at det er trygt å føde. De har den samme fødepraksisen og kompetansen som i resten av landet. Pathos- og ethos-appell bygger opp under logos-appell og virkemidlene sammen skaper en sterk argumentasjon, som beskrevet i underkapittel 5.5.2. Nyhetsartiklene tar den gravides perspektiv ved å skape bånd og å ta hennes opplevelse av fødesituasjonen på alvor. Dette innebærer å gi et inntrykk av ivaretagelse og omsorg.

Nyhetsartiklene tar i bruk en annen type retorikk enn de andre delene. Denne retoriske diskursen kan ha til hensikt å gjenoppbygge troverdigheten i forhold til seksjonens fødebehandling, sett på bakgrunn av uheldige presseoppslag og Fylkeslegens kritikk. Fremtredende logos-appell tas i bruk og pathos-appell kan underbygge og etablere ethos. Gjennom å framstille seg på en pålitelig og integrert måte kan de gjenoppbygge tillit, jf. underkapittel 5.5.3.

5.6.1 Samspillet mellom de ulike troverdighetene

I tråd med Internettets interaktivitet vil jeg sammenligne de ulike analysedelene bruk av retoriske virkemidler og hvordan dette imøtegår Fødeseksjonens aktuelle situasjon og utfordringer. De påtrengende problemer i situasjonen er, som beskrevet, utrygghet, informasjonsmangel og negativ omtale i media. Jeg vil vurdere samspillet mellom de ulike kommunikasjonsformene og se om de tas i bruk på en hensiktsmessig måte for å imøtegå disse utfordringene og for å skape troverdighet. Fra å ha analysert hver del for seg, vil jeg nå undersøke om det helhetlige samspillet på nettsiden fungerer overbevisende.

Fødeseksjonen virker til å fremstå med en integrert ethos på deres nettsider. Dette gjelder i hver enkelt del jeg har analysert, men også i den helhetlige responsen. Fødeseksjonen

virker til å fremstå med de tre klassiske dimensjonene som troverdigheten gjerne består av: Kompetanse, karakter og velvilje.

Kommunikasjonsform og virkemidler legger føringer på hvilken ethos som etableres. Analysen min kan vise dette. Selv om de tre klassiske dimensjonene for troverdighet inngår i alle delene, vil *en* dimensjon bli mer fremtredende avhengig av kommunikasjonsform og virkemidler. Dernest vil hvordan nettsidene besvarer et problem i situasjonen gjennom en kommunikasjonshandling, være bestemmende for hvilken ethos som skapes. På forsiden bidrar bildebruk og pathos-appell til at Fødeseksjonen fremstår i hovedsak med velvilje. Bildene illustrerer at pasientene blir godt ivaretatt av de ansatte ved seksjonen, selv om de ansatte selv er lite synlig på disse. I den virtuelle applikasjon fører virkemiddelet nærhet i bilder og video til at Fødeseksjonen fremstår med velvilje. Med «gjennomiktig» medieteknologi kan den vordende mor møte seksjonens ansatte, som i hovedsak fremstår som imøtekommende. I presentasjonsdelen, som består av tekst og bilde, etableres Fødeseksjonen med kompetanse. I teksten presenteres underseksjonenes styrker og kompetanseområder gjennom virkemiddelet logos, mens bildene illustrerer og utdyper dette. Karakter er den dimensjonen som er mest fremtredende i nyhetsartiklene, som består i hovedsak av tekst. Denne er argumenterende og virkemidler som statistikk og fakta underbygger budskapet. Fødeseksjonen kan overbevise gjennom strategisk argumentasjon i de negative mediasakene og slik vinne de fødende og befolkningens tillit.

Den gravides opplevelse av nettsiden vil baseres på skiftende karaktertrekk som utfyller hverandre. Det kan etableres et konsistent inntrykk av Fødeseksjonens nettsider, som kan skape et helhetlig, harmonisk og troverdig bilde av Fødeinstitusjonen. Den interaktivitet og multimedieteknologi som nettet består av fremmer et samspill mellom Fødeseksjonens ulike troverdigheter.

De forskjellige troverdigheter kan være en respons på Fødeseksjonens retoriske utfordringer. På bakgrunn av min analyse kan det se ut som at retoren skapes som en konsekvens av de påtrengende problemene. Jeg stiller spørsmål om dette er tilfellet i kapittel 3.1. Vatz kan være kritisk til dette, fordi han mener at det er retorikeren, som former situasjonen (Vatz 1973: 156, 157). Likevel kan min oppgave vise at Fødeseksjonens troverdighet etableres, som et passende svar, på situasjonens iboende problemer. Bitzer (1968) sin teori om situasjonen, som avgjørende, for kommunikasjonen kan derfor ha betydning også når det gjelder å etablere ethos.

Velvilje-kategorien kan fungere betryggende i forhold til den gravides nervøsitet og uro i forbindelse med fødesituasjon både på forsiden og i den virtuelle applikasjonen. Fødeseksjonens kompetanse i presentasjonsdelen kan imøtegå de vordende foreldres kunnskapsbehov. De argumenterende nyhetsartiklene kan skape en sterkere karakter, som kan gjenoppbygge troverdigheten etter kritikken i media. I nyhetsartiklene og presentasjonsdelen brukes det begge steder mye tekst, og det er hvilket hovedproblem disse delene skal besvare, som virker avgjørende for hvilken ethos-dimensjon som blir fremtredende. Sammen løser alle delene problemene i den retoriske situasjonen, og dette er sentralt for at Fødeseksjonen kan fremstå med et godt omdømme.

Moderne retorikk vektlegger opplevelse og fortolkning i sterkere grad enn den tradisjonelle. Ethos-skikkelsen kan derfor være mer subjektiv og foranderlig. Dimensjonene tekstuell ethos, intertekstuell ethos, eksemplarisk ethos og rituell ethos er ulike erfaringer som mottaker kan ta i bruk når hun vurderer en organisasjons internettside. Fødeseksjonen etableres med tekstuell ethos, fordi alle de ulike enkeltdeler av materialet har et oversiktlig og målrettet innhold. Det er et konsistent inntrykk av analyse materialet og ingen deler motsier hverandre. Fødeseksjonen fremstår derfor med intertekstuell ethos på en overbevisende måte. I forhold til om mottakeren oppfatter nettsiden som sannferdig og ekte, er det sentralt at Fødeseksjonen etableres med eksemplarisk ethos. Visuelle virkemidler på nettsiden understøtter budskapet i tekst og tale og skaper et tilstedeværende inntrykk, og vi får et inntrykk av at de ansatte gjør det de sier. Den rituelle ethos virker til å være vesentlig vektlagt, fordi det bygges en eksplisitt kontakt med de gravide og det skapes et bilde av at de blir godt ivaretatt. Tekstuell ethos og intertekstuell ethos kan begge være et retorisk grep for å imøtegå den mangelen på kunnskap mange gravide opplever på Fødeseksjonens nettsider. Kritikken i media kan bli avhjulpet gjennom at det spilles på intertekstuell ethos og eksemplarisk ethos. Det skapes en tydelig karakter på nettsidene ved at det skapes et bilde av en pålitelig og integrert fødeinstitusjon. Den rituelle ethos kan være en passende måte å møte utrygghet på, fordi Fødeseksjonen kan erfares som støttende.

For at Fødeseksjonen skal fremstå med tillit på sine nettsider er det av avgjørende betydning at de fremstår med velvilje og rituell ethos. I to av fire analysedeler virker det som at denne formen for troverdighet er mest fremtredende. I de to andre delene er denne type ethos også vesentlig. Dette stemmer overens med tendensene innenfor moderne troverdighetsforskning, der betydningen av velvilje og rituell ethos fremheves (McCroskey 2001, Hoff-Clausen 2010).

Ut fra analysen av Fødeseksjonens nettsider, datert 02.03.14, fremstår Fødeseksjonen med større troverdighet. De har gjennom ulike kommunikasjonsformer respondert passende på problemene i den retoriske situasjonen. Responsen er basert på samspillet mellom de retoriske virkemidler. Nettsiden tar i bruk en retorisk diskurs tilpasset Internettets mangfold. Gjennom tekst, bilde, video, virtuell applikasjon og hypertekstlenker balanserer de mediekritikken, informasjonsbehovet og utryggheten hos den gravide på en oversiktlig og harmonisk måte. Virkemidler som nærhet, identifikasjon, kategorisering, gjennomsiktig medieteknologi, den ikoniske emosjonelle funksjon og hypermediering tas i bruk for å skape meningsfull kontakt mellom Fødeseksjonens nettsider og den gravide. De fleste av virkemidlene er basert på mottakerens fortolkning og opplevelse av autentisitet. Det samsvarer med at den moderne troverdigheten har opplevelsen sterkt i fokus (McCroskey 2001, Hoff-Clausen 2010).

6. Diskusjon

Analysen min har basert seg på klassisk og moderne retorikk. Det er etter min oppfatning fruktbart å se disse to perspektivene på troverdighet i sammenheng, for å møte multimodaliteten på Internett.

En kan likevel stille spørsmål om de tre klassiske dimensjonene av troverdighet er anvendelig i det virtuelle univers, der en ikke har en like tydelig avsender, og der en har en mer uklar rolleinndeling mellom mottaker og avsender. Jeg har støttet meg på andre forskere, som viser at disse peilemarkørene fremdeles er vesentlige for å vurdere en organisasjons troverdighet i den moderne tid. Disse har vært nyttige i min studie av Fødeseksjonens nettsider. Jeg registrerer at kategorien velvilje også kalles «tilstedeværelse» i Lund og Petersens termer (Lund og Petersen 1999:125-129). Dette henspiller i enda sterkere grad på mottakerens opplevelse.

Et annet viktig trekk ved Internett er det dynamiske samspillet mellom de ulike modalitetene. Det subjektive blir mer fremtredende og individet bestemmer sin rekkefølge gjennom de ulike delene på nettsiden. Samhandling ved hjelp av hypertekstlenker og den virtuelle applikasjonen skaper kontakt mellom den gravide og Fødeseksjonen. Applikasjonen kan bidra til at Fødeseksjonen som retor og fødested fremstår som mer tilstedeværende enn tidligere. For at den gravide skal få et godt inntrykk av Fødeseksjonen er de avhengig av god kvalitet på innhold og form. Dersom det legges ut en video med dårlig teknisk kvalitet og

utydelig innhold, vil den gravide trekke troverdigheten til seksjonen i tvil. Dette viser at kvaliteten ved presentasjonen, gjennom visuelt og auditivt inntrykk, kan påvirke opplevelsen og om nettsiden når fram til den tiltenkte målgruppe.

Jeg har brukt Hoff-Clausen sine opplevelsesbaserte kategorier, som passer godt til Internettets utforming i denne oppgaven. En del kan mene at dette er overflødig, fordi de argumenterer for at hennes begreper har tilnærmet likt meningsinnhold som de klassiske troverdighetsdimensjonene. Hun tilfører oppgaven min et rikere begrepsapparat, som spiller mer på at ethos kan være foranderlig og erfaringsbasert. Hoff-Clausen har i sin begrepsbruk tatt hensyn til Internettets spesielle innhold og utforming. Mediets omskiftelige preg, med hurtige endringer i takt med tastetrykk, både når det gjelder innhold og form, fører til et rikere erfaringsgrunnlag til å vurdere avsenders troverdighet. Konstruksjon av mening og troverdighet oppstår mellom avsender og mottaker i det virtuelle møtet. Det skapes et fortolkningsrom, der avsender og mottaker påvirker hverandre gjensidig.

Internett som kommunikasjonsplattform legger andre føringer på hvilken kommunikasjon og troverdighet som kan etableres, enn i de mer tradisjonelle medier. Dette mediet preges av mangesidighet og fleksibilitet, som kan bidra til en mer variert og flyktig troverdighet. De mange virkemidlene og kommunikasjonsformene kan være med på å etablere ulike ethos i mottakerens resepsjon. I tråd med min analyse er det en omskiftelig ethos, fordi den skapes basert på ulike kommunikasjonsformer og den aktuelle situasjonen. Dette kan være en motsetning i forhold til de mer faste klassiske dyder i talene i antikken, der det var avsenderens presentasjon som var i fokus.

Internett som interaktivt medium er fremhevet. Likevel kan en bemerke at Fødeseksjonen besitter stor grad av definisjonsmakt i forhold til utforming og innhold på sine nettsider. De har ikke utnyttet til fulle de muligheter for interaksjon med de vordende foreldre som Internettet kan gi. Fødeseksjonen har blant annet ikke etablert en egen chatte-kanal, og har heller ikke åpnet for direkte respons, men henviser til telefonnumre og mail. Dette kan påvirke de vordende foreldres oppfatning av Fødeseksjonens velvilje. Velvilje-dimensjonen er likevel mest vektlagt på Fødeseksjonens nettsider. Det skapes en opplevelse av at den gravide blir godt ivaretatt i alle de fire ulike delene av analyse materialet mitt. Hun blir trygget om at «Det er trygt å føde på KK!», og Fødeseksjonens nettsider vektlegger på denne måten mottakerens utfordringer og behov.

En kan stille spørsmål til slutt om den moderne oppfattelsen av troverdigheten er kvalitativt annerledes enn den tradisjonelle. Disse perspektivene kan etter min oppfatning

henge sammen, fordi bestemte karaktertrekk kan føre til en bestemt opplevelse av avsenderen. Motsatt kan en bestemt opplevelse tegne et bilde av om avsenderen har en viss egenskap. Samtidig kan en se denne perspektivendringen i lys av retorikkens utvikling, der det virker til å ha foregått en forskyvning fra overbevisende rasjonalitet gjennom argumentasjon og til et mer opplevelsesbasert og følelsesmessige budskap, der visuell kommunikasjon har en mer fremtredende plass. Uansett hvilket perspektiv man velger å ta utgangspunkt i vil det først bli et troverdig budskap om en tar i bruk logos-, pathos- og ethos-appell i et fruktbart samspill.

7. Avsluttende kommentarer

Denne masteroppgaven har analysert deler av Fødeseksjonens nettsider, som responser på retoriske situasjoner og presserende problemer. Fødeseksjonen fremstår i hovedsak med velvilje og rituell ethos. Nettsidene imøtegår på en passende måte de utfordringer som den aktuelle retoriske situasjonen krever. De ulike kommunikasjonsformene og virkemidlene er med på å besvare de utfordringer som Fødeseksjonen står i. Et dynamisk samspill mellom kommunikasjonsformer og ulike troverdigheter skaper et overbevisende bilde av Fødeinstitusjonen. Gjennom tekst, bilde, video, virtuell applikasjon og hypertextlenker balanserer de mediekritikken, informasjonsbehovet og utrykgheten hos den gravide på en oversiktlig og harmonisk måte. Virkemidler som nærhet, identifikasjon, kategorisering, gjennomsliktig medieteknologi, den ikoniske funksjon og hypermediering tas i bruk for å skape meningsfull kontakt mellom Fødeseksjonens nettsider og den gravide. Dette er virkemidler som i hovedsak handler om å skape kontakt og velvilje. Oppgaven min har derfor vist at et mangfold av ulike virkemidler må spille på lag for å trygge de fødende og vekke tillit til institusjonen. Dette bidrar til å skape et overbevisende bilde av en institusjon som klarer å gjenopprette et omdømme som kan ha vært ødelagt. Fødeseksjonen har, gjennom å ta tilstrekkelig hensyn til brukerne av nettsiden, klart å besvare problemene som er oppstått i den spesielle retoriske situasjonen.

Mitt empiriske materiale er ikke fullstendig, og jeg har foretatt en bevisst utvelgelse av visse deler av Fødeseksjonens nettsider for å kunne besvare min problemstilling. Dette kan ha påvirket min analyse, og ikke ha gitt et tilstrekkelig overblikk over hele nettsidens kompleksitet og dens imøtegåelse av de presserende problem i den retoriske situasjonen. Til tross for dette, anser jeg at mitt utvalg av nøkkeltekster ivaretar en bredde og dybde som er

representativt for Fødeseksjonens nettsider og er egnet i forhold til å besvare min problemstilling.

I løpet av arbeidet med masteroppgaven har Fødeseksjonen endret sine nettsider. Større og færre bilder er fremtredende i den nye versjonen. Dette er i tråd med vektlegging av moderne retorikk som fokuserer på opplevelse. Troverdigheten baseres enda tydeligere på visuelle elementer som tar i bruk pathos-apell som fremmer velviljeperspektivet. Til tross for dette vil jeg anbefale webutviklere og forskere å støtte seg på de klassiske dyder fra antikken som en trygg grunnmur å stå på, for deretter å videreutvikle ethos-kategoriene i tråd med moderne teknologiutvikling. Det er behov for å utvikle mer kunnskap knyttet til anvendelse av de moderne opplevelsesbaserte ethos-kategorier, og hvordan nettsider kan skape tettere bånd mellom avsender og mottaker.

Litteraturliste

Aristoteles (2006) (Oversatt av Tormod Eide): *Retorikk*. Oslo: Vidarforlaget A/S

Barthes, Roland (1964): «Billedets Retorik» i *Communications* 4, i Fausing, Bent og Larsen, Peter (1989) *Visuel kommunikation 1*. København: Forlaget Medusa.

Bitzer, Lloyd F. (1968): "The Rhetorical Situation". I: *Philosophy and Rhetoric*, vol. 1, nr. 1, Pennsylvania State University Press, s. 1-14.

Bogost, Ian (2007): *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: MIT Press.

Bolter, Jay D. og Grusin, Richard (2001): *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Engebretsen, Martin (2013): *Visuelle Samtaler. Anvendelser av fotografi og grafikk i nye digitale kontekster*. Bergen: Fagbokforlaget.

Emmertsen, Sofie (2006): «Krisekommunikation i nyhedsinterviewet», i Klujeff, Marie Lund og Roer, Hanne (2006) *Retorikkens aktualitet*. København: Hans Reitzels Forlag.

Fafner, Jørgen (1989): *Retorik. Klassisk og moderne*. København: Akademisk forlag.

Fagerjord, Anders (2008): *Web-medier. Introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Fogg, Brian J. (2003): *Persuasive Technology. Using Computers to Change What We Think and Do*. USA: Morgan Kaufmann Publishers

Foucault, Michel (1972): *The Archaeology of Knowledge*. Trans. By A.M Sheridan Smith. Tavistock Publications Limited: London.

Hoff-Clausen, Elisabeth (2008): *Online Ethos. Webretorik i politiske kampanjer, blogs og wikis*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Hoff-Clausen, Elisabeth (2010): *Set gjennom nettet – organisationers troværdighed på hjemmesider*. Samfundslitteratur.

Isokrates (1986): *Fire taler. "Mod sofisterne", "Helenes pris", "Busiris", "Om formuebytning"*. Oversatt av Thure Hastrup, med innledning av Øyvind Andersen, København: Museum Tusulanums Forlag

Jacobsen, Egil (2012): *Troverdig webkommunikasjon: Retorisk troverdighet på kunnskapsorganisasjoners nettsteder*. Masteroppgave. Representralen: Universitetet i Oslo.

Jørgensen, Charlotte og Onsberg, Merete (2008): *Praktisk argumentation*. København: Nyt Teknisk Forlag

Kjeldsen, Jens E. (2002): *Visuel Retorik*. Doktoravhandling. Bergen: Institutt for medievitenskap. Universitetet i Bergen.

Kjeldsen, Jens E. (2006): *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus Forlag.

Kjeldsen, Jens E. (2013): *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. 3. opplag. Oslo: Spartacus Forlag.

Lund, Anne K. og Petersen, Helle (1999): *Det sku` vær` så godt. Organisationskommunikation – cases og konsekvenser*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

McCroskey, James C. (2001): *An Introduction to Rhetorical Communication*. Boston: Allyn & Bacon.

McQuail, Denis (2000): *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

Miller, Carolyn R. (1984): «Genre as social action» I: *Quarterly Journal of Speech*, vol.70, s. 151-167.

Miller, Carolyn R. (2001): «Writing in a Culture of Simulation: Online Ethos». I: P. Coppock (ed.): *The Semiotics of Writing: Transdisciplinary Perspectives on the Technology of Writing*. Turnhout: Brepols, s.253- 279.

Rasmussen, Terje (2006): *Nettmedier. Journalistikk og medier på Internett*. Bergen: Fagbokforlaget.

Robertson, Siri (2010): *Brukertesting for Sandnes Sparebank*. Masteroppgave. Det Teknisk-Naturvitenskapelige Fakultet: Universitetet i Stavanger.

Schwebs, Ture og Otnes, Hildegunn (2004): *Tekst.no. Strukturer og sjangrer i digitale medier*. Oslo: Landslaget for norskundervisning og J. W. Cappelens forlag a.s.

Silverman, David (2006): *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction*. London: Sage

Thagaard, Tove (2009): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget

Vatz, Richard E. (1973): «The Myth of the Rhetorical Situation». I *Philosophy and Rhetoric*, vol. 6, nr. 3, s. 154-161.

Warnick, Barbara (1998): «Rhetorical Criticism of Public Discourse on the Internet: Theoretical Implications». I: *Rhetoric Society Quarterly*, vol. 28, nr. 4, s. 73-84.

Warnick, Barbara og Heineman, David S. (2012): *Rhetoric Online. The Politics of New Media*. New York: Peter Lang Publishing.

Medieoppslag og rapporter:

Aarøy, Torunn A. (05.06.14): «-Nå er KK på rett vei», Bergens Tidende, s. 9.

Engen, Runa V. og Svendsen, Roy H. m. fl. (07.11.12): «Høygravide Agnes kjente noe var alvorlig galt. Legene sendte henne hjem og ba henne ta en paracet». NRK [Online] Tilgjengelig: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/hordaland/1.8388682> (13.11.14).

Olsen, Bent S. (22.01.14): «Sykdomstegn ved KK», Bergens Tidende, s. 46.

Pedersen, Kari og Bergesen, Guro H. (10.01.14): «Fødekvinne gir KK stryk», Bergens Tidende, s. 10.

Rugland, Ingvild og Mjør, Kjersti (27.10.12): «Først etter timer med feilvurderinger sa legen ja til keisersnitt. Da var Nora livløs og uten pust», Bergens Tidende.

Ryste, Heidi T. (17.10.14): «Makten i forsiden», Bergens Tidende, s. 12 og 13.

Skotheim, Liv (29.10.11): «-Han døde i armene våre», Bergens Tidende [Online], Tilgjengelig: <http://www.bt.no/nyheter/lokalt/--Han-dde-i-armene-vre-2599990.html> (13.11.14).

Valland, Guro (22.02.11): «-For mange barneliv går tapt», NRK [Online], Tilgjengelig: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/hordaland/1.7517863> (13.11.14).

Fylkeslegen (16.04.13): «Rapport fra Tilsyn med Helse Bergen HF, Haukeland Universitetssykehus, Kvinneklinikken 7. mars 2013», Helsetilsynet [Online], Tilgjengelig: <https://www.helsetilsynet.no/no/Tilsyn/Tilsynsrapporter/Hordaland/2013/Helse-Bergen-HF-Haukeland-Universitetssykehus-Kvinneklinikken-2013/> (13.11.14).

Epost:

Leinebø, Camilla C. (camilla.crone.leineboe@helse-bergen.no) (12.11.12): ”svar på spørsmål”. E-post til Fivelstad, Magnhild R. (maggifi@gmail.com)