

# Skjema: Aktørenes tilstedeværelse

Synlighet, troverdighet, virkemidler, strategi og budskap

*Skjema utarbeidet og inspirert av Helge Østbye m.fl. sin tankegang om diskurs og tekstanalyser, som også tar mye inspirasjon fra en retorikkanalyse (2007, s. 268). Noen av aktørene har ingen skriftlige debattinnlegg og vil derfor falle mer mot en retorikkanalyse enn en tekstanalyse, så derfor har jeg valgt ut ulike faktorer jeg ønsker å fokusere på når jeg gjøre en vurdering av de. Avslutter hver en med å skrive en personlig opplevelse av hvordan jeg opplever aktøren i denne debatten.*

## Mal

<b>MEDIA</b>	Hvilken tekster/debattinnlegg/publikasjoner er de synlige i debatten.
<b>MOTTAKER</b>	Hvem er egentlig mottakeren? Hele befolkningen, lokalbefolkningen, andre politikere/eksperter?
<b>EGEN PRESENTASJON</b>	Presenterer de seg selv? Bruker de tittel eller egen tilhørighet til debattinnlegget sitt?
<b>VISUELLE VIRKEMIDLER /KROPPSSPRÅK</b>	Bruker de visuelle virkemidler som for eksempel bilder, videoer eller annet i teksten?
<b>SPRÅKLIGE VIRKEMIDLER</b>	Hvilken språkelige virkemidler bruker det? Humor, ironi, uredeligheter, kontraster, sammenligninger, metaforer, gjenntagelser, personifisering, historiske tilknytninger
<b>BUDSKAP</b>	Hva er det underliggende budskap som avsender egentlig prøver å få gjennom
<b>ARGUMENTASJON</b>	Hvilken type argumenter brukes? Sammenligning, direkte argumenter, statistikk, logikk, tilhørighet, empatiske, erfaringsmessige
<b>APPELLFORMER</b>	Hva fokuseres mest på; logos, patos, etos. Og hvordan kommer disse igjennom i presentasjonen/teksten
<b>TROVERDIGHET</b>	Opplevs det troverdig?
<b>STRATEGI</b>	Er det en strategi her for valg av media og annet?
<b>DEBATTERER MOT/MED</b>	Er det noen de henviser spesielt til, eller får svarbrev fra?
<b>UNDERDEBATT</b>	Hvilken underdebatt tilhører denne aktøren, deltar aktøre i flere debatter?