

lader det ikke til, at nogen befinder sig i dette centrum, med undtagelse af nogle sygelige tilfælde, og alligevel er denne tolkning:

grundlaget for fans'enes forsøg på få et særligt forhold til deres idol («Jeg ved, at de fleste af dine fans elsker dig på grund af din rolle i serien, men det er ikke derfor, jeg kan lide dig»)

grundlaget for de parodierende tolkninger. Parodi er en spøg med den sygelige fan, der ikke kan leve uden sit program, og som lever sig ind i det, som om det var en virkelig verden

grundlaget for de almindelige tolkninger, for den påvirker undergrupper (pigerne, de yngste), som man vil tage afstand fra i præsentationen af sig selv som tv-seer på den sociale scene.

En fan siges altid at være en anden person end én selv. Det fører til konstruktionen af tolkningsfællesskaber, der bygger på en formodning om, at der findes en afvigende tolkning og et ekstremt forhold til tv. Når alt kommer til alt, er det så ikke også den underforståede mening i den kultiverede kritik af fjernsynet? Forestillingen om, at programmerne er skadelige for dem, der ser dem, bygger indirekte på en afstandtagen til de formodede farer ved fiktionens verden. At der rent faktisk sjældent eksisterer nogen fare har ikke så stor betydning, for ved at tage afstand til den, fastslår man, at man ikke er en del af den. Den formodede fare bruges derfor i høj grad strategisk.

## Noter:

1. Et prioriteret uddannelsesområde, *Zone d'Education Prioritaire*, er en lovbestemt zone i Frankrig, hvor visse uddannelses-institutioner modtager supplerende statsstøtte for at bekæmpe uligheder på uddannelsesområdet (overs.).
2. *Premiers Baisers* er en fransk serie for unge (overs.).
3. *Le Miel et les abeilles* er ligeledes en fransk serie for unge (overs.).
4. *Minitel* er et fransk telekommunikationssystem med adgang til databank (overs.).
5. *L'Institut d'Etudes Politiques de Paris* er en højere læreanstalt med meget hårde optagelseskriterier. Studenterne kalder den »Sciences Pô« (for Politiske Studier).
6. En anden fransk serie af meget dårlig kvalitet, der sendes om natten.
7. *Bravo Girl!* er et ungdomsblad for unge, der tematiserer de unges første seksuelle erfaringer.

## Litteratur

- Allen Richard (1985): *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Brown, Mary-Ellen (1994): *Soap Operas and Women's Talk*. London: Routledge.
- Chalvon-Demersay, S, og Pasquier, Dominique (1990): *Drôles de stars, la télévision des animateurs*. Paris: Aubier.
- Dayan, Daniel og Katz, Elihu: *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eco, Umberto (1993): *De Superman au surhomme*. Paris: Grasset.
- Goffmann, Erwin (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Hoggart, Richard (1977): *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*. Harmondsworth: Penguin. Opr. 1957.
- Liebes, Tamar (1994): A propos de la participation du téléspectateur. *Réseaux* 64.
- Matelski, Marilyn (1988): *The Soap Opera Evolution*. Jefferson NC: McFarland.
- Pasquier, Dominique (1996): »Teen series: Reception. Television, Adolescence, and Culture of Feelings«. *Childhood* nr.3. London: Sage.
- Radway, Janice (1985): *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

# Kommunikationsstrategier i danske sundhedsinformerende brochurer (1)

Af Bo Laursen

*Hvilke kommunikationsstrategiske overvejelser ligger bag udformningen af sundhedsinformerende brochurer? Hvori består den retoriske udformning af budskaberne og hvilke genremæssige arketyper findes indenfor netop sundhedsinformerende brochurer? Dette er nogle af de spørgsmål forfatteren besvarer i artiklens diskursanalyse af 13 danske brochurer. I alt 5 mikrohandlinger identificeres som genrens prototypiske rygrad og 2 arketyper opstilles, nemlig henholdsvis den »traditionelle« og den »moderne« sundhedsinformerende brochure.*

Diskursproduktion er en kognitiv proces, der er kendetegnet ved at afsender er tvunget til at foretage et stort antal valg, der relaterer sig til udformningen af det budskab, som han ønsker at kommunikere. Hvert valg foretages – bevidst eller ubevidst – i forhold til forskellige parametre som f.eks. tema, kommunikativt formål, målgruppe, medium, psykologisk relation mellem afsender og modtager m.m. Diskursproduktion er således en *strategisk aktivitet* forstået på den måde, at hvert funktions- og formvalg er resultatet af en overvejelse om, hvad der er mest formålstjensligt under de givne kommunikative omstændigheder.

I denne artikel præsenteres resultaterne af en analyse af et korpus af danske sundhedsinformerende brochurer. Brochurerne er analyseret med det formål at beskrive udvalgte aspekter af de strategier, som brochureproducenterne har anvendt i deres løsning af en bestemt kommunikationsopgave.

Ved 'sundhedsinformation' forstås i det følgende forskellige kommunikative aktiviteter, som har til formål at få modtagerne til at ændre visse typer af adfærd, som afsender anser for sundhedsskadelige. Eksempelvis gøres der fra forskellig side en ihærdig kommunikativ indsats for at få den danske befolkning til at holde op med at ryge, fordi tobaksrygning antages at fremkalde kræftsygdomme. *Dyrk motion!*, *Spis flere grønsager!* *Nedsæt dit alkoholforbrug!*, *Dyrk sikker sex!* er eksempler på budskaber af samme type. Den sundhedsinformation, der her er tale om, fokuserer på sammenhængen mellem

visse typer af livsstil (adfærd) og sygelighed, og de sygdomme der er i fokus, benævnes da også ofte 'livsstilssygdomme'.

Budskaberne formidles på mange forskellige måder, bl.a. via plakater, foredrag, avis- og ugebladsannoncer, udstillinger, busstreamers, undervisning, TV- og radioudsendelser, brochurer, foldere m.m. De undersøgelsesresultater der rapporteres i denne artikel vedrører udelukkende budskaber formidlet gennem brochurer og foldere (2).

I stedet for at anvende betegnelser som (sundheds-) 'information' og (sundheds-) 'oplysning' om denne type af kommunikationsaktiviteter burde man ud fra et funktionelt synspunkt snarere anvende betegnelsen 'adfærdspåvirkning'. Formidling af informationer om sundhed indgår ganske vist som et element i denne type af kommunikationsaktiviteter, men her som i alle andre tilfælde, hvor informationsformidling finder sted, har denne en dybereliggende funktion. Brochureproducenterne informerer således ikke blot for informationens egen skyld, men i håbet om at de formidlede informationer fører til en adfærdændring hos målgruppen. Sundhedsinformerende brochurer tilhører den type af diskurser, som i dele af den engelsksprogede diskursanalytiske litteratur omtales som *hortatory discourse*, og som Longacre beskriver således:

Hortatory discourse aims at influencing conduct, that is, getting the receivers of the text to do so-

mething they are not currently doing, to discontinue doing something they are doing, to continue doing something they are already doing, to expend greater effort in an activity already embarked on, to modify the nature of their efforts, and so on (1992, 109)

Såkaldt sundhedsinformerende kommunikationsaktiviteter er interessante ud fra et kommunikationsstrategisk synspunkt. Den kommunikationsopgave som afsender skal løse er nemlig vanskeliggjort af mindst følgende to forhold. Eftersom aktiviteterne har et præventivt sigte, består målgruppen for det første primært af mennesker, der ikke er syge og/eller ikke nødvendigvis føler sig truet af sygdom og derfor formentlig ikke føler noget stærkt incitament til at ændre livsstil. For det andet er der tale om en kommunikationsopgave, hvis mål det er at påvirke sådanne aspekter af det enkelte menneskes livsførelse, som af mange opfattes som helt private. Disse to forhold, der tilsammen udgør en alvorlig kommunikationsbarriere mellem afsender og modtager og derfor vanskeliggør kommunikationsplanlæggerens opgave, stiller helt særlige krav til budskabets retoriske udformning. Det er denne retoriske udformning, jeg sigter til med begrebet kommunikationsstrategi, og som er temaet for denne artikel (3).

## Datamateriale

Undersøgelsen baserer sig på 13 brochurer, udgivet mellem 1985 og 1995 (4). Brochurerne omhandler emnerne motion (1 stk.), kost (3 stk.), rygning (6 stk.), alkohol (2 stk.) og sex (1 stk.) og er produceret af organisationer, som ser det som en af deres opgaver at arbejde for at fremme befolkningens sundhed bl.a. gennem sygdomsforebyggende aktiviteter(5). De fleste af de involverede organisationer besidder en specialviden og har en interesse i ét bestemt sundhedsfagligt område. Organisationerne koncentrerer derfor typisk deres aktiviteter om enten én type sygdomme og de typer af social adfærd, der antages at fremkalde disse (f.eks. Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen og Astma- Allergiforbundet) eller om én type af social adfærd og de sundhedsmæssige risici, der er forbundet hermed (f.eks. Rådet for Større Færdselssikkerhed og Tobaksskaderådet). Atter andre – f.eks. Sundhedsstyrelsen, Sundhedsministeriet og amterne – arbejder mere generelt med sundhedsfremme.

Jeg har udvalgt datamaterialet ud fra antagel-

sen om, at der eksisterer en tæt sammenhæng mellem kommunikationssituation og budskabsudformning. For at sikre sammenligneligheden af de tekster, der indgår i datamaterialet, har jeg derfor valgt at lægge en vurdering af følgende tre kommunikativt relevante parametre til grund for sammensætningen af mit tekstkorpus: 1) teksterne skal have samme kommunikative formål, 2) budskabet skal være formidlet via samme medium og 3) teksterne skal henvende sig til målgrupper som på væsentlige punkter (bredde, sundhedstilstand og forhåndsviden om tekstens tema) udviser fællestræk. Fastlæggelsen af disse tre kommunikative parametre skal sikre, at irrelevante tekster frasorteres. I det følgende skal jeg kort karakterisere, såvel de tekster som falder inden for undersøgelsens rammer, som de der falder udenfor.

De udvalgte teksters *kommunikative formål* antages som nævnt at være at få målgruppen til at ændre en social adfærd, som afsender anser for at have uheldige sundhedsmæssige konsekvenser for målgruppen. Dette formål sætter fokus på såvel sundhed (tema) som adfærdsændring (hensigt). Ved at lade netop dette kommunikative formål være et af udvælgelseskriterierne, udelukkes for det første adfærdsregulerende tekster, der opererer inden for *andre* områder end sundhedsområdet (f.eks. kommerciel og politisk marketing og debatindlæg). For det andet udelukkes tekster inden for sundhedsområdet, som *ikke* har til formål at ændre målgruppens adfærd (f.eks. tekster der omhandler en bestemt sygdom og dennes læge- og sygeplejefaglige behandling).

De udvalgte tekster er af samme type, hvad angår *medium*. Der er tale om brochurer af et omfang på mellem ca. 700 og ca. 4.000 ord. Teksterne er for de flestes vedkommende trykt i flere farver og forsynet med illustrationer (fotos, tegninger, grafik m.m.) (6), er sædvanligvis gratis og distribueres primært via biblioteker, apoteker, praktiserende læger m.m.

De tekster der indgår i datamaterialet henvender sig til en *målgruppe*, jeg vurderer til 1) at være relativt *bred* (f.eks. (kvindelige) rygere; personer med vægtproblemer; (mandlige) bilister; kvinder i almindelighed) 2) *ikke at besidde ekspertviden* på de emneområder som teksterne omhandler, og 3) at være *raske* mennesker. Jeg udelukker dermed tekster som henvender sig til en relativt snæver og dermed socio-kulturelt relativt mere homogen målgruppe (f.eks. 16-19-årige piger i storbyer; midaldrende bosniske flygtninge fra landområder), til

personer som har en særlig forhåndsviden om teksternes emner (f.eks. læger, sygeplejersker, ernæringseksperter, trafiksociologer) og til personer der allerede har fået konstateret en skade eller sygdom (f.eks. kræftpatienter, personer med konstaterede hjerte-/kredsløbsproblemer, personer der anser deres overvægt for at være et sundhedsproblem). Der er m.a.o. tale om bredt anlagt kommunikation fra en ekspertinstans til en lægmand, der – hvis han kendte teksternes kommunikative formål – ikke nødvendigvis ville føle behov for at læse teksterne.

### Tekster som målrettede handlinger

Min tilgang til datamaterialet tager udgangspunkt i den grundlæggende idé, at producenter af sundhedsinformerende tekster anvender teksterne til at *udføre en handling*, der er rettet mod en målgruppe og styret af et formål. I dette afsnit skal jeg uddybe dette metodiske udgangspunkt.

Sundhedsinformerende brochurer er et prototypisk eksempel på, hvad man kunne kalde brugstekster. Begrebet 'brugstekster' er svært at definere præcist, men skal her forstås som tekster, der i modsætning til de fleste litterære tekster produceres med henblik på at løse en veldefineret kommunikationsopgave. Følgelig indskriver brugstekster sig som oftest i en relativt præcis kommunikations-situation, hvilket bl.a. betyder, at producenterne af sådanne tekster som oftest er fuldt bevidste om teksternes formål og teksternes målgruppe. På denne baggrund forekommer det naturligt at opfatte sundhedsinformerende brochurer som tekster, der fungerer som redskab i udførelsen af en rationel handling. Begrebet 'rationel handling' skal forstås som menneskelig adfærd, der er styret af bevidstheden om, at en adfærds hensigtsmæssighed skal vurderes i forhold til adfærdens formål. Dette syn på brugstekster betoner to væsentlige aspekter, nemlig *handlingsaspektet* og *strategiaspektet*. Strategiaspektet er kort omtalt i artiklens indledning og vil blive yderligere berørt senere. I dette afsnit uddybes handlingsaspektet.

Det var sproghandlingsteorien, der introducerede ideen om, at vi anvender sprog til at udføre handlinger. Men mens sproghandlingsteorien typisk arbejder med enkeltstående og dekontekstualiserede ytringer, foreslår jeg at betragte *hele tekster* som handlinger, der udføres i en social kontekst.

I det følgende foretager jeg en skelnen mellem 'sproglige handlinger' og 'ikke-sproglige handlinger'. Hvis man ser bort fra den afgørende forskel mht. sprogets tilstedeværelse/fravær, minder de to handlingstyper meget om hinanden. For såvel sproglige som ikke-sproglige handlinger gælder det således, 1) at man kan skelne mellem handlingens formål og dens udførelse, og 2) at en given handling (makrohandlingen) kan betragtes som bestående af en række delhandlinger (mikrohandlinger).

Makrohandlingen 'at vaske vinduer' er et eksempel på en *ikke-sproglig handling*. Denne handling udføres typisk v.h.a. følgende tre mikrohandling: 1) URENHEDER LØSNES, 2) URENHEDER FJERNES, 3) VINDUET SLUTBEHANDLES/VAND FJERNES. Ved en mikrohandling forstår jeg en handling, der bidrager til indfrielsen af en overordnet handling (dvs. makrohandlingens) formål. Såvel makrohandling som mikrohandling er defineret ved deres formål. Formålet med makrohandlingen 'at vaske vinduer' er (som regel) at øge vinduernes transparens. De tre mikrohandlingers formål fremgår af de funktionelle betegnelser, jeg ovenfor har anvendt til at beskrive dem (7).

Ligesom en given makrohandling (defineret ved sit formål) kan udføres på forskellige måder – dvs. forskellige (konfigurationer af) mikrohandling kan indgå i handlingens udførelse – kan en given mikrohandling (ligeledes defineret ved sit formål) udføres på forskellige måder. Således kan mikrohandling 1 (URENHEDER LØSNES) udføres på bl.a. følgende måder: a) med armbevægelser fra oven og nedefter påføres sprit med en klud; b) med armbevægelser fra neden og opefter påføres særligt vinduespudefmiddel med en svamp; c) med diagonale armbevægelser påføres sulfvand med en børste. Tilsvarende beskrivelser af forskellige mulige udførelser kan naturligvis udarbejdes for mikrohandlingerne 2 og 3. Fig. 1 opsummerer beskrivelsen af en bestemt udførelse af den ikke-sproglige makrohandling 'at vaske vinduer'.

'At vaske vinduer' er en ikke-sproglig handling, men også *sproglige handlinger* kan med fordel betragtes som bestående af en række mikrohandling, hver defineret ved sit formål. For sproglige handlinger gælder det – ligesom det er tilfældet for ikke-sproglige handlinger – at den der udfører makrohandlingen og de mikrohandling, denne består af, har mulighed for at vælge den udførelse, som han finder mest hensigtsmæssig i forhold til formålet.

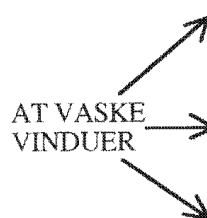
Makrohandling	Mikrohandlinger		
		Funktion	Udførelse
AT VASKE VINDUER 	1	LØSNE URENHEDER	Med diagonale armbevægelser påføres vinduet sulfovand med en børste
	2	FJERNE URENHEDER	Vinduet spules med en vandslange
	3	SLUTBEHANDLE VINDUET	Vinduet tørres med et viskestykke

Fig. 1. Beskrivelse af en bestemt udførelse af den ikke-sproglige (makro-) handling 'at vaske vinduer'

Den konfiguration af mikrohandlinger som en diskurs (eller en genre) består af, vil jeg kalde diskursens *funktionelle makrostruktur*. Betragt som eksempel nedenstående tekst som udfører handlingen 'at promovere produktet *Brilliant*', og hvis formål er at øge salget af *Brilliant* på det danske marked (8).

*Føler du også en tomhed i dit liv?  
Gør som Michael Jackson, brug Brilliant – og du vil blomstre op igen. Hvis du køber fem tuber Brilliant inden 1. juni, får du Michael Jacksons nyeste CD oven i købet.*

#### Tekst 1.

Som det var tilfældet med handlingen 'at vaske vinduer', kan ovenstående tekst betragtes som en makrohandling bestående af et antal mikrohandlinger, hver med sit specifikke formål. Teksten søger at indfri sit formål gennem udførelsen af fire mikrohandlinger. Mikrohandling 1 har som formål at beskrive et problem hos modtager og udføres v.h.a. segmentet *Føler du også en tomhed i dit liv?* Mikrohandling 2 har som formål at præsentere *Brilliant* som løsningen på problemet og udføres v.h.a. segmentet *brug Brilliant – og du vil blomstre op igen*. Mikrohandling 3 har som formål at argumentere for løsningen og udføres v.h.a. segmentet *Gør som Michael Jackson*. Mikrohandling 4 har som formål at tilskynde modtager til at handle (dvs. købe) og udføres af segmentet *Hvis du køber fem tuber Brilliant inden 1. juni, får du Michael Jacksons nyeste CD oven i købet*. Fig. 2 opsummerer analysen.

Vi ser altså, at det er muligt at betragte diskurser som konfigurationer af mikrohandlinger. Forskellen mellem sproglige og ikke-sproglige handlinger ligger – ikke overraskende – i udførelsesdimensionen. Så mens en beskrivelse af mikrohandlinger *funktionelle værdi* kan udføres efter samme retningslinjer for de to handlingstyper, må der anvendes to forskellige typer beskrivelsesværktøjer, når det gælder beskrivelser af *udførelsesdimensionen*. I den resterende del af dette afsnit skitserer jeg de principper og den terminologi, jeg vil anvende i min beskrivelse af de sproglige handlinger, der findes i denne undersøgelses datamateriale. Jeg vil fokusere på udførelsesdimensionen.

## Analyse og beskrivelse af sproglige handlinger

Det er ikke nogen ny idé at betragte tekster som bestående af et antal segmenter med hver sin funktionelle værdi i forhold til helheden. Denne tankegang findes eksempelvis hos funktionelt orienterede angelsaksiske genreanalytikere som f.eks. J. Swales, V. Bhatia, J. R. Martin og S. Eggins, der alle betragter en analyse af diskursers konfiguration af mikrohandlinger som en integreret del af genreanalysen. I denne tradition opfattes en genre som måden, hvorpå en bestemt opgave udføres, når (et givet) sprog anvendes til udføre opgaven. I forlængelse heraf bliver *det en af lingvistens opgaver at beskrive så præcist som muligt, hvordan sproget anvendes til at udføre forskellige opgaver*. Følgelig består genreanalyse primært i at beskrive diskursgenrers funktionelle makrostrukturer (konfigurationer af mi-

Makrohandling	Mikrohandlinger		
		Funktion	Udførelse
AT PROMOVERE PRODUKTET BRILLIANT	1	BESKRIVE PROBLEM	<i>Føler du også en tomhed i dit liv?</i>
	2	PRÆSENTERE EN LØSNING	<i>Brug Brilliant - og du vil blomstre igen</i>
	3	ARGUMENTERE	<i>Gør som Michael Jackson, (brug Brilliant ...)</i>
	4	TILSKYNDE TIL HANDLING	<i>Hvis du køber fem tuber Brilliant inden 1. juni, får du Michael Jacksons nyeste CD oven i købet</i>

Fig. 2. Handlingsorienteret beskrivelse af Tekst 1 (= den sproglige (makro-) handling 'at promovere produktet Brilliant')

kro-handlinger) og mikrohandlingernes udførelse. Udførelsesdimensionen af sprogligt udførte mikrohandlinger vil jeg i det følgende betegne som '(diskursiv) form'. Om den funktionelle makrostruktur hedder det bl.a.: »It [den funktionelle makrostruktur (9). BL] depends upon the communicative purpose(s) that it serves in the genre and that is why it varies from one genre to another (Bhatia 1993, 32)«. Om den funktionelle makrostrukturens byggesten, mikrohandlingerne (som hos Eggins og Martin benævnes *stages* og hos Swales og Bhatia *moves*), hedder det bl.a.: »Each stage [dvs. mikrohandling. BL] in the genre contributes a part of the overall meanings that must be made for the genre to be accomplished successfully (Eggins 1994, 36)«.

Just as each genre has a communicative purpose that it tends to serve, similarly, each move [dvs. mikrohandling. BL] also serves a typical communicative intention which is always subservient to the overall communicative purpose of the genre (Bhatia 1993, 30)

Idet en mikrohandling er defineret ved sin funktion og ikke sin form, hedder det hos Eggins bl.a.:

We recognize as stages only those turns or groups of turns that fulfil a function relative to the whole. We therefore only call something a stage if we can assign to it a functional label. (Eggins 1994, 38).

Sproglige mikrohandlingers form anskues i funktionel angelsaksisk genret teori som måden, hvorpå en

mening er udtrykt i et (givet) semiotisk system og beskrives som de leksikogrammatisk strukturer, som er karakteristiske for det tekstsegment, der udfører en given mikrohandling (10). Hvis vi eksempelvis koncentrerer os om mikrohandling 3 i Tekst 1 (ARGUMENTERE), ville en angelsaksisk inspireret beskrivelse af de formmæssige aspekter af tekstsegmentet *Gør som Michael Jackson, (brug Brilliant...)* bl. a. omfatte følgende leksikogrammatisk fænomener: 'imperativ', 'sammenligning' og 'proprium'. Hvis det segment der udfører samme mikrohandling havde haft en anden form – f.eks. *Brilliant er tilmed billigere end alle andre tilsvarende produkter* – ville beskrivelsen naturligvis have været en anden.

Mens de fleste repræsentanter for den angelsaksiske genreanalyse således udelukkende anskuer og beskriver mikrohandlingers formdimension som leksikogrammatisk strukturer, afslørede min analyse af danske sundhedsinformerende brochurer et andet væsentligt aspekt af denne dimension end den leksikogrammatisk. Som illustration af dette ikke-leksikogrammatisk aspekt af formdimensionen – som jeg vælger at betegne 'taktik'-niveauet – betragt de to allerede nævnte mulige udformninger af samme mikrohandling, nemlig mikrohandling 3, ARGUMENTERE:

Udformning A:

*Gør som Michael Jackson, (brug Brilliant...)*

Udformning B:

*Brilliant er tilmed billigere end alle andre tilsvarende produkter*

Makrohandling	Mikrohandlinger			
	Funktion	Diskursiv form	Beskrivelse af diskursiv form	
			Leksikogrammm. struktur	Taktik
AT PROMOVERE PRODUKTET BRILLIANT	BESKRIVE PROBLEM	<i>Føler du også en tomhed i dit liv?</i>	—	—
	PRÆSENTERE EN LØSNING	<i>Brug Brilliant - og du vil blomstre op igen</i>	—	—
	ARGUMENTERE	<i>Gør som Michael Jackson, (brug Brilliant ...)</i>	Imperativ, sammenligning, proprium etc.	Social prestige
	TILSKYNDE TIL HANDLING	<i>Hvis du køber fem tuber Brilliant inden 1. juni, får du Michael Jacksons nyeste CD oven i købet</i>	—	—

Fig. 3. Niveauer i beskrivelsen af sproglige handlinger exemplificeret på handlingen 'at promovere produktet Brilliant', som den er udført i Tekst 1.

Efter min opfattelse udgør en beskrivelse af de to udformningers leksikogrammatisk aspekter ikke en tilfredsstillende redegørelse for de to udformningers forskelle. Der er mere på spil end leksis og grammatik. Foruden forskelle m.h.t. leksikogrammatisk struktur, udviser de to udformninger nemlig også forskelle m.h.t. konceptuelt omdrejningspunkt. Idet den udnytter den idolstatus, Michael Jackson har blandt unge mennesker, søger udformning A således at overbevise modtageren om, at der ligger en social prestige i at anvende det samme produkt som Michael Jackson – en *social prestige* som konkurrerende produkter – iflg. tekstproducenten – *ikke* kan tilbyde. Udformning B, derimod, bruger Brilliant's lave *pris* som argument for at vælge Brilliant fremfor et konkurrerende produkt. Hvis de indsættes i samme kontekst, udfører de to tekstsegmenter med andre ord samme mikrohandling (nemlig ARGUMENTERE), men anvender forskellige taktikker i handlingens udførelse. Taktikbegrebet indfanger altså et aspekt af sproglige mikrohandlingers formdimension, idet det beskriver den kommunikative idé, som tekstproducenten har valgt at artikulere en given mikrohandling omkring (11). Fig. 3 opsummerer dette afsnits metodiske overvejelser.

Ovenfor har vi set, at de centrale begreber 'funktion', 'diskursiv form', 'leksikogrammatisk struktu-

rer' og 'taktik' beskriver henholdsvis funktionelle og formmæssige forhold ved dele af diskurser. Når et diskurssegment (i fig. 3 angivet som 'diskursiv form') anskues i et funktionelt perspektiv, fokuseres der på den opgave, som det pågældende diskurssegment løser i relation til den opgave, som *hele* diskursen har til formål at løse. Når et diskurssegment anskues i et leksikogrammatisk eller et taktisk perspektiv, er der tale om beskrivelse af bestemte aspekter af segmentets diskursive form.

De foregående siders metodiske overvejelser gør det nu muligt at præcisere undersøgelsens ambition om at beskrive kommunikationsstrategier i danske sundhedsinformerende brochurer. Idet jeg i denne artikel ser bort fra brochurernes leksikogrammatisk aspekter, er det undersøgelsens formål at undersøge, hvilke mikrohandlinger og taktikker producenterne af de analyserede 13 brochurer har valgt at anvende med henblik på at få de intenderede modtagere til at påtage sig en sundhedsmæssigt mere hensigtsmæssig adfærd.

## Resultater

Resultaterne af undersøgelsen viser, at selvom de 13 brochurer langt fra har samme funktionelle makrostruktur, så kan der konstateres et relativt stort sammenfald i denne henseende. Visse mikrohandlinger forekommer dog kun i én af de 13 tekster. På



grund af deres relative sjældenhed er disse mikrohandlinger ikke interessante i denne sammenhæng, hvorfor de lades ude af betragtning. Her vil jeg koncentrere mig om 5 mikrohandlinger, som viste sig at være meget hyppigt forekommende. Disse mikrohandlinger forekommer i mindst 9 af de 13 tekster og 2 af disse 5 hyppigt forekommende mikrohandlinger optræder i alle 13 tekster. De pågældende fem mikrohandlinger funktionelle værdi fremgår af fig. 4 (tallene i parentes angiver antallet af tekster, hvori den pågældende mikrohandling optrådte).

KRITISERE MODTAGERS ADFÆRD (10)
ANBEFALE ALTERNATIV ADFÆRD (13)
BEGRUNDE (13)
AFLIVE MYTER (9)
HENVISE MODTAGER TIL YDERLIGERE INFORMATION (10)

Fig. 4. Prototypisk funktionel makro-struktur i 13 danske sundhedsinformerende brochurer

Det skal understreges, at ingen af de undersøgte 13 tekster fandtes at have en struktur bestående udelukkende af de nævnte 5 mikrohandlinger. Fig. 4 skal derfor betragtes som en prototypisk funktionel makrostrukturel løsning af den kommunikationsopgave, der består i at få en bredt defineret dansk målgruppe til at ændre adfærd. Da der ikke kunne påvises nogen altdominerende indbyrdes rækkefølge mellem de fem mikrohandlinger, skal fig. 4 udelukkende ses som udtryk for, hvilke mikrohandlinger, tekstproducenterne typisk foretager og ikke for en rækkefølge, mikrohandlingerne kunne tænkes at blive foretaget i. Endvidere er det karakteristisk for flere af teksterne, at en given mikrohandling udføres ved hjælp af et antal tekstsegmenter, men at segmenterne ikke nødvendigvis fysisk følger umiddelbart efter hinanden. Det vil sige, at mikrohandlingen BEGRUNDE i en bestemt brochure eksempelvis udføres af tre tekstsegmenter, hvoraf de første to meget vel kan være placeret på brochurens side 2 og det sidste på brochureside 5.

Nedenfor vil hver af de fem prototypiske mikrohandlinger og de taktikker, der er anvendt i deres udformning blive beskrevet og illustreret med teksteksempler. I teksteksemplerne har jeg vha. understregning markeret de elementer, det er væsentligt at bemærke.

## Mikrohandlingen KRITISERE MODTAGERS ADFÆRD

Afsender informerer modtager om, at afsender vurderer en bestemt adfærd (hos modtager) som værende »dårlig«/»uhensigtsmæssig«/»forkert«. Det afgørende i denne handling er med andre ord, at afsender foretager en (negativ) vurdering af modtagers adfærd.

Fælles for alle udforminger af denne mikrohandling er, at afsenders kritik af modtagers adfærd formidles på en indirekte måde, formentlig for at undgå at støde modtager og derved risikere, at modtager afviser brochures overordnede budskab. Denne taktik indebærer, at i stedet for at kritisere modtagers nuværende sundhedsadfærd i en direkte form som f.eks. *Du har dårlige alkoholvaner eller Du spiser for få grønsager*, så anvender tekstproducenterne forskellige teknikker, der får kritikken til at fremstå relativt afdæmpet. I materialet fandtes mindst fire forskellige nedtoningsteknikker, der har det tilfælles, at den enkelte modtager af brochuren kun kritiseres indirekte:

- 1) Målet for kritikken udvides til at omfatte såvel afsender som modtager. Teksten kan m.a.o. læses således, at *modtager ikke er »værrer« end alle andre*. Eks.: »Vi spiser for lidt grønt og frugt«.
- 2) Der åbnes mulighed for, at modtager kan slutte, at han ikke er omfattet af kritikken. Teksten kan m.a.o. læses således, at *kritikken kun vedrører »de andre«*. Eks.:  

»Selvom alle ikke drikker lige meget (...)«.

»De fleste unge er fornuftige og ansvarsfulde. Men når det kommer til sex, sker det alligevel, at alt for mange glemmer kondomet.«

»Men i nogle situationer udvikler hyggen sig til en tragedie, når sprit og trafik bliver blandet sammen«
- 3) Kritikken gøres upersonlig og generel og omfatter dermed *ikke blot modtager, men 'alle' (eller ingen!)*. Eks.:  

»At spise er også et spørgsmål om vaner – og vaner kan ændres«

»Det, der skal til, er en ny balance i maden. Man



skal have vendt om på begreberne om, hvad der er det vigtigste på en tallerken – og hvad er der tilbehør (...). Kødet derimod kan *man* roligt skære ned på. *Man* behøver slet ikke 200 gram kød for at blive mæt«

Det er interessant at bemærke, at ovenstående tekstuddrag – som er meget indirekte i sin appel til modtageren – adskiller sig fra tonen i resten af den brochure, som det stammer fra. Mens brochuren i sin helhed er præget af uformel og direkte henvendelse til modtageren (bl.a. brug af *du*-form), ser vi altså i det segment, der har til opgave at kritisere modtageren et klart skifte i graden af direktehed i forholdet mellem afsender og modtager.

- 4) Kritikken fokuserer ikke på den/de person(er), der udfører den »forkerte« adfærd, men på *selve adfærden*. a) Afsender beskriver adfærden i et negativt lys. Eks.: «Det er simpelthen *gammel-dags* at ryge. (...) Det er *umoderne* at være ryger». b) Afsender refererer én eller flere respekterede instansers (autoriteter) negative holdning til adfærden. Eks.:

(...) målet med *regeringens* tobakspolitik er at begrænse tobaksrygningens gener og helbredsskadelige virkninger for såvel aktive som passive rygere, herunder særligt at begrænse tilgangen af nye rygere. WHO (...) har udarbejdet en handlingsplan for et røgfrit Europa som led i et samlet program for at opnå større sundhed for Europas befolkning »Sundhed for alle år 2000«. Målet er, at i år 1995 skal mindst 80% af befolkningen i hvert land være ikke-rygere, og tobaksforbruget skal være nedbragt med 50%.

Kommunikativ indirekthed er et relativt fænomen, som måske bedst kan beskrives som det ene yderpunkt på et kontinuum med direktehed som det andet yderpunkt. De fire beskrevne indirekthedsskabende nedtoningsteknikker ville formentlig have forskellige positioner, hvis de skulle indplaceres i et sådant kontinuum. For dem alle gælder det imidlertid, at de ville placere sig tættere på indirekthedsyderpunktet end på direktehedsyderpunktet.

Det er iøvrigt iøjnefaldende, at afsenderinstansen i langt de fleste udformninger af mikrohandlingen KRITISERE MODTAGERS ADFÆRD er meget udvisket. Således er udførelser som de nedenstående, hvor det relativt tydeligt markeres, at

der er tale om afsenderinstansens vurdering af den tematiserede adfærd, undtagelser fra reglen om, at afsenderinstansen holder sig i baggrunden:

*Heldigvis* er der færre der begynder at ryge

(...) *må give anledning til bekymring*.

Sundhedsstyrelsen *fraråder*, at kvinder drikker mere end 14 genstande om ugen. Mænd *bør* højst drikke 2l.

## Mikrohandlingen ANBEFALE ALTERNATIV ADFÆRD

I denne handling – som sammen med mikrohandlingen BEGRUNDE formentlig kan betragtes som genrens kernehandler – anbefaler afsender modtager at opføre sig på en måde, som fremstilles som værende sundhedsmæssigt mere hensigtsmæssigt end modtagers nuværende adfærd.

Med hensyn til udformningen af mikrohandlingen ANBEFALE ALTERNATIV ADFÆRD fandtes to forskellige taktikker: vage og præcise handlingsanvisninger.

I tekstpassager, hvor tekstproducenterne anvender vaghedstaktikken formuleres anbefalingerne meget bredt, hvorved læseren kun får et meget overordnet indtryk af, hvilken adfærd afsender anbefaler. Eks.:

Tænk sundt – *spis sundt*.

Bliv røgfri.

Det nytter *at holde op*.

*Motion* gør livet rart at leve.

Vi håber, at rygerne kan få så meget viden om deres egen rygning (...), *at de tager sig sammen til at holde op*.

Rigtige venner *stopper spritkørsel*.

I tekstpassager, hvor *præcisionstaktikken* er anvendt, finder vi adfærdsanbefalinger, der går videre end det sloganagtige niveau, vi finder i passager, hvor vaghedstaktikken er anvendt. Her *specificeres*, hvad det er for en adfærd, afsender anbefaler, og som oftest har disse passager form af meget konkrete og

praktiske anvisninger til modtageren m.h.t., hvordan det kan lykkes ham at ændre adfærd. Eks.:

For at få varig forbedring af sin udholdenhed, må man *dyrke motion tre gange om ugen. (...) Hvis du ikke har dyrket motion i en længere periode, bør du begynde langsomt.*

*Bland ikke alkohol og gå udenom drinks og cocktails. De virker uskyldige – og ryger hurtigt ned – men er måske blandet af 2-3 genstande spiritus og likør. (...) Pas på peanuts, franske kartofler o.l. Saltede ting gør tørstig. Så ryger der let et par ekstra genstande »inden for vesten«.*

*Prøv at købe ind i omvendt rækkefølge. Køb først de grønsager du har lyst til og som passer sammen, og vælg derefter et stykke kød eller fisk. (...) Frosne grønsager er en god løsning, når madlavningen skal gå hurtigt. Tænk på hvor meget tid du sparer ved ikke at skulle rense, ordne og snitte for eksempel bønner, spinat og ærter. (...) Det er en god vane at slutte middagsmåltidet med frisk, snittet frugt. Snit frugterne i store stykker, kom dem op i en skål og sæt den på bordet efter aftensmaden.*

Mens de vage anbefalinger nærmest beskriver de slutmål, som afsender anbefaler modtageren at arbejde henimod, fungerer de præcise anbefalinger som anvisninger på konkrete handlinger, som læseren bør udføre for at nå til slutmålet. I nogle brochurer er kun den ene eller den anden af de to taktikker anvendt, men i de fleste brochurer ses begge anvendt. Når begge taktikker er anvendt, præsenteres de vage anbefalinger typisk først (og ofte i form af afsnitoverskrifter og slogans), hvorefter følger de præcise anbefalinger.

## Mikrohandlingen BEGRUNDE

Ved denne handling, som bl.a. pga. dens optræden i alle de undersøgte brochurer kan betragtes som den anden af tekstgenrens to kernehandlinger, argumenterer afsender for den foreslåede adfærdsændring.

BEGRUNDE er en meget udbredt sproglig handling, og de udformninger vi typisk finder i sundhedsbrochurerne har formentlig mange fællestræk med de udformninger, vi finder i mange andre tekstgenrer. Hvis man således eksempelvis ønsker at begrunde over for sine børn, at de skal lave deres lektier, kan man anvende mindst to forskellige tak-

tikker. Man kan vælge den indfaldsvinkel, at hvis de ikke laver deres lektier, så bliver de aldrig så kloge som deres forældre. Eller man kan vælge at fokusere på, at hvis de laver deres lektier, så bliver de lige så dygtige som deres forældre. Når man skal begrunde en bestemt adfærd, kan man altså vælge enten at give en negativt orienteret beskrivelse af den adfærd, som man *ikke* anbefaler eller at give en positivt orienteret beskrivelse af den adfærd, som man anbefaler. I de undersøgte 13 tekster fandtes eksempler på begge taktikker.

*Negativ taktik/trusselstaktik:* Det får (måske) negative konsekvenser for dig, ikke at følge vore anbefalinger. Eks.:

»Hver 10. mand og hver 20. kvinde i Danmark dør af kræft, der har med tobaksrygning at gøre«.

»Det er videnskabeligt fastslået, at rygere har større risiko for hjertesygdom som følge af åreforkalkning end ikke-rygere«.

»Langt de fleste overvægtige bryder sig ikke om de overflødige kilo«.

»Overvægt øger risikoen for blandt andet åreforkalkning og blodpropper«.

»Har man i sin rus smadret bilen, kan regningen blive meget dyr. Kaskoforsikringen dækker nemlig ikke ved spritkørsel«.

*Positiv taktik/opmuntringstaktik:* Det får positive konsekvenser for dig at følge vore anbefalinger. Eks.:

»Når man dyrker motion, bliver man ikke så hurtigt træt. Man sover bedre og har mindre behov for søvn. Man kan overkomme mere«.

»Den [sunde mad] smager godt, man bliver mæt, og den er ikke mere indviklet end anden madlavning. Hertil kommer, at den ofte er billig, og at sund mad er godt for helbredet«.

»Din krop bliver glad for dig, når du kvitter cigaretterne. De nøgne facts viser, at folk, der holder op med at ryge, lever længere. (...) Din hud vil få mere farve og blive flottere, hår og tøj vil ikke lugte af røg og dine tænder vil få færre

belægnings. Din dårlige samvittighed vil formentlig også have det bedre«.

## Mikrohandlingen AFLIVE MYTER

I segmenter der udfører denne handling, fremlægger afsender visse opfattelser i relation til brochurernes emne for straks efter at tilbagevise dem som værende ukorrekte/fejlagtige. Det drejer sig om opfattelser, som afsender antager er udbredte i målgruppen, og som afsender formentlig frygter kan stille sig i vejen for modtagerens godtagelse af brochurernes overordnede budskab om adfærdsændring. Hvis det således eksempelvis er afsenders antagelse, at modtager har den uhensigtsmæssige/fejlagtige opfattelse, at sund mad er dyr mad, vælger afsender i forbindelse med en brochure om »rigtig« kost i mange tilfælde at tilbagevise denne opfattelse. Forklaringen er naturligvis, at en sådan opfattelse nemt kommer til at fungere som modtagers undskyldning for ikke at ændre sine kostvaner.

Mikrohandlingen AFLIVE MYTER ses ofte tæt sammenvævet med mikrohandlingen BEGRUNDE. Dette er ikke overraskende, idet tilbagevisningen af en fejlagtig opfattelse ofte baserer sig på dele af den argumentation, afsender fremfører til fordel for adfærdsændringen. I én af de analyserede brochurer tilbagevises opfattelsen af, at sund mad er dyr mad således ved at anføre, at det er billigere at spise sig mæt i grøntsager end i kød, hvilket i sig selv kan fungere som begrundelse for en adfærdsændring på kostområdet.

I mikrohandlingen AFLIVE MYTER fremtræder brochurernes interaktionelle aspekt meget tydeligt, idet handlingens udformning i de brochurer, hvor handlingen optræder fremstår som en dialog mellem afsender og modtager. Denne *dialogtaktik* ses udført på forskellige måder, der hver repræsenterer en særlig iscenesættelse af dialogen.

## EksPLICIT dialog mellem afsender og modtager (Spørgsmål/svar)

De »fejlagtige« opfattelser præsenteres som modtagers eksplicite spørgsmål, som derefter tilbagevises i form af afsenders svar. I nogle brochurer har denne variant mange træk til fælles med den traditionelle og lidt stivnede rollefordeling mellem dia-

logpartnerne, som vi kender fra lægekonsultationssituationen. Spørgsmålene afspejler patientens (her modtagerens) uvidenhed og svarene lægens (her afsenders) position som eksperten, der – ofte i abstrakte vendinger og med henvisning til videnskabelige undersøgelser – giver svar på alt. Eks.:

»Vil jeg tage på hvis jeg holder op med at ryge?

Ikke nødvendigvis. Men du vil tage på i vægt, hvis du fortsætter med at spise, som du plejer. En undersøgelse har vist, at ....

Er det rigtigt, at milde cigaretter er ufarlige?

Nej, milde cigaretter indeholder ganske lidt mindre af stofferne nikotin og tjære. Kulilteindholdet og indholdet af alle de andre ca. 4000 stoffer er det samme. Nyeste undersøgelser tyder på, at ...

Er almindelig luftforurening ikke mere skadelig end tobaksrygning?

Nej, selv den forurenede byluft i industrikvarterer indeholder ikke så store mængder af skadelige stoffer som den røg, man inhalerer fra en cigaret.«

## Implicit dialog mellem afsender og modtager

Spørgsmål/svar-varianten af dialogtaktikken kan beskrives som en eksplicit dialogstruktur, fordi såvel modtager som afsender er eksplicit repræsenteret i teksten i form af et spørgsmål og et svar. I andre brochurer er modtagers »fejlagtige« opfattelse ikke eksplicit til stede i teksten, men fremgår implicit af udsagn, hvis primære funktion er at præsentere den »rigtige« opfattelse. Bestemte sproglige elementer afslører, at et udsagn fungerer som et indlæg (»turn«) i en dialog mellem to parter. I nedenstående eksempler afslører de understregede tekstelementer, at der er tale om modtagers »fejlagtige« opfattelse, som samtidig tilbagevises. Eks.:

»Det er *ikke* en naturlov, at ældre er i dårlig fysisk form. Motion er vigtig for ældre, *som det er det* for børn, unge og voksne«.

»Det er *aldrig* for sent at komme i gang. *Også*

*«ldre kan gennem motion få en lettere dagligdag».*

»De fleste hjertepatienter har *også* stor gavn af motion«.

»Det er en *misforståelse*, at mad med mange grønsager ikke mætter. Tænk bare på en god portion skipperlabskovs, frikassé eller gule ærter. Det er mad for mænd, og samtidig retter, der kan indeholde mange grønsager«.

## Dialog mellem afsender og 'folkekulturen'

I atter andre brochurer er dialogen iscenesat som en konfrontation mellem på den ene side afsender og på den andens side opfattelser og typer af adfærd, som er udbredt i 'store dele af befolkningen' eller blandt 'mange mennesker'. Eks.:

*Cirka halvdelen af danskerne mener, at de allerede spiser tilstrækkeligt med frugt og grønsager. Det gør vi desværre ikke. Mange tror, at en lille skål salat til aftensmaden er alt rigeligt. Men det er det langt fra. Det forslår ikke nok. Andre tror, at man skal spise helt anderledes, spise særlig fremmedartet mad eller spise vegetarisk mad for at spise sundt. Men det er slet ikke nødvendigt.*

Frosne grønsager har ikke fortjent *det dårlige ry, de har hos mange mennesker*. Frysning er en meget skånsom konserveringsmetode, som ....

*Der findes masser af gode råd om, hvordan man hurtigere får alkohol ud af kroppen. Og de er allesammen forkerte! Sort kaffe, kolde styrtebade, masser af vand, motion ... måske føler du dig mere ædru, men sandheden er, at kun din krop bestemmer farten.*

*Mange tror, at Klamydia er et typisk storbyfænomen. Men infektionen er også udbredt uden for de store byer.*

## Mikrohandlingen TILSKYNDTE MODTAGER TIL FORDYBELSE I EMNET

Afsender præsenterer modtager for forskellige muligheder for yderligere engagement i det emneområde, som brochuren berører. To taktikker for handlingens udformning er repræsenteret i data-materialet, nemlig hhv. information om praktisk orienterede aktivitetsmuligheder og litteraturhenvisninger. Nedenstående tekstuddrag illustrerer de udformninger af mikrohandlingen, der lægger vægten på at informere om *praktisk orienterede aktivitetsmuligheder*: Eks.:

»Hjerteforeningens motionsklub står for regelmæssige motionsaktiviteter over hele Danmark. I klubbens blad »Motionsbladet« får du mange gode tips og ideer. Ring til Hjerteforeningen og hør nærmere om medlemskab«.

»Lær mere om sund og lækker mad – gå på kursus. Lad det komme an på en prøve. Meld dig til aftenskolekursus hos LOF i sund og lækker madlavning. Send kuponen i denne folder til LOF«.

»Du kan rekvirere en rygestopguide: »Selvfølgelig holder jeg op« (se flappen på bagsiden). Du kan også ...«

»Nyttige telefonnumre:  
Kræftlinien, tlf. 80 30 10 30...  
Medlemsservice, tlf. 35 25 75 00...«

Andre brochurer benytter en taktik, der består i at bringe en *litteraturliste* med relation til emneområdet. Eks.:

Vil du vide mere?  
I disse bøger finder du yderligere oplysninger om tobaksrygning:  
Misbrugets ABC (...)  
Peter Møllerup: Tobaksrøg og din krop (...)

Tobaksskaderådet har udgivet en række publikationer, hvoraf følgende kan rekvireres ved henvendelse til Tobaksskaderådets sekretariat:  
FOLDERE:

Til rygere og til dem, der holder af en ryger.  
Verdens mindste »passiv-ryger« – fakta om graviditet og rygning (i samarbejde med Sundhedsstyrelsen).

FUNKTION	TAKTIK(KER)
Kritisere modtagers adfærd	<b>Indirekthed</b> Eks. – Vi spiser for lidt grønt og frugt.
Anbefale alternativ adfærd	<b>Vage handlingsanvisninger</b> Eks. – Tænk sundt – spis sundt. <b>Præcise handlingsanvisninger</b> Eks. – Prøv at købe ind i omvendt rækkefølge. Køb først de grønsager du har lyst til og som passer sammen, og vælg derefter et stykke kød eller fisk.
Begrunde	<b>Trusler</b> Eks. – Hver 10. mand og hver 20. kvinde dør af kræft, der har med tobaksrygning at gøre. <b>Opmuntring</b> Eks. – Når man dyrker motion, bliver man ikke så hurtigt træt. Man sover bedre og har mindre behov for søvn. Man kan overkomme mere.
Aflive myter	<b>Dialog</b> – <b>eksplicit (afsender/modtager)</b> Eks. – Er almindelig luftforurening ikke mere skadelig end tobaksrygning? Nej, selv den forurenende byluft i industrikvarterer indeholder ikke så store mængder af skadelige stoffer som den røg, man inhalerer fra en cigaret. – <b>implicit (afsender/modtager)</b> Eks. – Det er ikke en naturlov, at ældre er i dårlig fysisk form. Motion er vigtig for ældre, som det er det for børn, unge og voksne. – <b>afsender/’folkekulturen’</b> Eks. – Mange tror, at Klamydia er et typisk storbyfænomen. Men infektionen er også udbredt uden for de store byer.
Tilskynde modtager til fordybelse i emnet	<b>Praktisk orienterede aktivitetsmuligheder</b> Eks. – Hjerteforeningens motionsklub står for regelmæssige motionsaktiviteter over hele Danmark. I klubbens blad »Motionsbladet« får du mange gode tips og ideer. Ring til Hjerteforeningen og hør nærmere om medlemskab. <b>Litteraturhenvisninger</b> Eks. – Vil du vide mere? I disse bøger finder du yderligere oplysninger om tobaksrygning: .....

Fig. 5. Prototypiske mikrohandlinger (funktion og taktik) i 13 danske sundhedsinformerende brochurer

(...)

#### PJECER:

Fakta om tobak

Fakta om passiv rygning

(...)

#### ØVRIGE PUBLIKATIONER:

Særnummer af Læsepædagogen om tobak og rygning.

Årsberetninger fra Tobaksskaderådet

Passiv rygning – eksposition og helbredsmæssige konsekvenser. Rapport fra arbejdsgruppe nedsat af Tobaksskaderådet.

(...)

I enkelte brochurer ser man begge taktikker anvendt (evt. med hovedvægten lagt på den ene), men for de fleste brochurers vedkommende gælder det, at kun den ene af de to taktikker er anvendt.

Figur side 76 opsummerer undersøgelsens resultater.

## Afsluttende bemærkninger

Denne undersøgelses resultater tyder på, at sundhedsinformerende brochurer af den undersøgte type til en vis grad er skåret over samme læst. Fem mikrohandlinger udgør genrens prototypiske rygrad, forstået på den måde at ikke alle fem mikrohandlinger nødvendigvis findes i alle brochurer, men at de pågældende mikrohandlinger er højfrekvente i og dermed karakteristiske for denne tekstgenre. Hvad angår taktikkerne, så har det ikke været undersøgelsens mål, at undersøge deres hyppighed i/repræsentativitet for genren, men udelukkende at registrere, hvilke taktikker der var anvendt i det analyserede brochuremateriale.

Resultaterne har relevans for beskrivelsen af sundhedsinformerende brochurer som *tekstgenre*, men tillader os naturligvis ikke at konkludere noget, der har gyldighed for *alle* sundhedsinformerende brochurer. Enhver sundhedsbrochure er en unik kombination af de fleste af de beskrevne mikrohandlinger og taktikker og som regel nogle flere.

På baggrund af resultaterne kan man imidlertid konstruere nogle af genrens *arketyper*. Jeg skal her skitsere to, nemlig den »traditionelle« og den »moderne« (12).

Den »traditionelle« sundhedsinformerende brochure er abstrakt, alvorlig, videnskabelig og præget af en let formanende tone. Den anbefalede alternative adfærd (mikrohandling 2) beskrives typisk på et meget generelt plan (vaghedstaktik),

mens begrundelsen (mikrohandling 3) er negativt orienteret (trusselstaktik) med referencer til statistiske undersøgelser vedrørende de negative konsekvenser af *ikke* at følge brochurens anbefalinger. Endvidere indgår relativt abstrakte og tekniske beskrivelser af den kritiserede adfærds påvirkning af den menneskelige krop. Myter aflives (mikrohandling 4) i en form, der minder om lægekonsultationssituationen (taktik: eksplicit dialog mellem afsender og modtager). Denne brochuretypes form er stærkt præget af afsenderinstansens ekspertstatus, og kommunikationen fremstår som en kommunikation mellem parter, der ikke er ligeværdige. Budskabets form er kun i ringe grad relateret til modtagerens situation og erfaringsverden.

Den »moderne« sundhedsinformerende brochure er på mange måder den »traditionelles« modsætning. Den er konkret, jordnær og præget af en frisk tone. Den anbefalede adfærd (mikrohandling 2) beskrives meget konkret, præcist og på en måde, der relaterer den til modtagerens dagligdag (præcisionstaktik). Mens den »traditionelle« begrundelse (mikrohandling 3) er negativt orienteret, så er den »moderne« positivt orienteret, dvs. der lægges vægt på de personlige fordele, som modtageren vil kunne drage af at følge brochurens anbefalinger (opmuntringstaktik). Som det er tilfældet for mikrohandling 2, så tilstræbes også begrundelsen relateret til modtagerens hverdagsunivers. Brochuren er let tilgængelig, idet den ikke indeholder tekniske beskrivelser og kompliceret talmateriale. I den »moderne« brochure gør afsenderen, hvad han kan for at sløre, at der er tale om kommunikation mellem en ekspert og en lægmand. Afsender og modtager fremstår som ligeværdig og kommunikationen er præget af en kammeratlig og optimistisk tone, som man også finder i visse typer af reklamer for forbrugsvarer.

Det er klart, at da der jo netop er tale om arketyper, så passer de to karakteristikker ikke præcist på nogen af de brochurer, der indgår i undersøgelsens datamateriale. Der er tale om kunstige renyrkninger af tendenser, som kan spores i datamaterialet.

## Noter

1. Jeg takker mine kolleger Inger Askehave, Winni Johansen og Jan Engberg for frugtbare diskussioner af forskellige aspekter af dette arbejde.
2. I det følgende skelnes ikke mellem brochurer og foldere.

3. Den eksisterende danske litteratur om sundhedsinformation/-oplysning synes at være overvejende adfærdspsykologisk og sociologisk orienteret (cf. litteraturliste). Blandt de centrale temaer i disse tilgange til området kan nævnes befolkningsgrupperes sygelighed og sundhedsvaner; individers og gruppers handlingsmønstre og muligheden for at påvirke disse; effektmålinger af sundhedsinformation. De relativt få arbejder der især beskæftiger sig med kommunikative aspekter fokuserer bl.a. på modtagere og medier, men ikke på budskabernes udformning. Det har ikke været muligt at finde publicerede empiriske analyser af danske sundhedsbudskabers retoriske udformning.
4. Se appendix for en oversigt over de analyserede brochurer.
5. Sundhedsinformerende aktiviteter iværksættes af såvel offentlige som private instanser. Nogle af de mest aktive er Sundhedsstyrelsen, Sundhedsministeriet, amterne, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Astma- og allergiforbundet og Tobaksskaderådet. Se Gry Poulsen, Meillier, Mathiesen, Gamst og Kofoed 1993 for en oversigt over aktører inden for sundhedsinformationsområdet i Danmark.
6. Det er klart, at layout og illustrationer udgør en ikke uvæsentlig del af budskabets form. De rapporterede resultater vedrører imidlertid udelukkende brochurernes sprogligt-tekstuelle aspekter.
7. Det er naturligvis muligt at udføre makrohandlingen 'at vaske vinduer' ved en anden konfiguration af mikrohandlinger. Eksempelvis kan man forestille sig samme makrohandling udført v.h.a. blot to af de tre nævnte mikrohandlinger, f.eks. 2 og 3 eller 1 og 2.
8. Teksten er konstrueret med et illustrativt formål for øje.
9. Hos Bhatia (og Swales) benævnes den funktionelle makrostruktur *move-structure*.
10. I litteraturen omtales udførelsesdimensionen ofte som *linguistic realisation patterns* eller *lexico-grammatical structures*.
11. Se Laursen under udgivelse for en fyldigere behandling af taktikbegrebet.
12. Undersøgelsens resultater tillader ikke at konkludere noget mht. genrens diakrone udvikling. Arketypebetegnelserne »den traditionelle« og »den moderne« har således intet empirisk grundlag.

## Litteratur

- Bhatia, V. K. (1993): *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London: Longman.
- Brink Lund, A. (1991): *Evaluering af Sundhedsstyrelsens indsats i dansk AIDS-oplysning 1987-1990*. Sundhedsstyrelsen.
- Brink Lund, A. og K. Marosi (1992): *Vedr. Alkohol: Evaluering af Sundhedsstyrelsens alkoholkampagne*. Roskilde Universitetscenter.
- Eggins, S. (1994): *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. London: Pinter.
- Eggins, S. og J. R. Martin (1997): Genres and Registers of Discourse. In: T. van Dijk (ed.): *Discourse as Structure and Process*. Vol. 1. London: Sage. Pp. 230-256.
- Gry Poulsen, J., L. Meillier, J. Mathiesen, B. Gamst og S. Kofoed (1993): *Sundhedsoplysning i Danmark*. København: Komiteen for Sundhedsoplysning i Danmark.
- Laursen, B. (under udgivelse): *Conceptual Tactic: An Underexplored Aspect of Communication Strategy in the Field of Genre Analysis?*
- Longacre, R. E. (1992): The Discourse Strategy of an Appeals Letter. In: Mann, W. C. og S. A. Thompson: *Discourse Description. Diverse Linguistic Analyses of a Fund-raising Text*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Martin, J. R. (1992): *English Text. System and Structure*. Philadelphia/Amsterdam: John Benjamins.
- Meillier, L. (1988): *Patientinformation og sundhedsoplysning i Roskilde. Rapport fra et projekt. Evaluering og fremtidsperspektiver*. København: Komiteen for Sundhedsoplysning.
- Meillier, L. (1994): *Sundhedsoplysning og forandring. Mænd, oplysning og forandring af sundhedsvaner*. Rapport nr. 9. Institut for epidemiologi og socialmedicin. Århus Universitet.
- Osler, M. (1994): *Livsstil og forebyggelse*. København: FADL.
- Paltridge, B. (1993): Writing up research: a systemic functional perspective. In: *System*, vol. 21, no. 2, pp 175-192.
- Swales, J. M. (1990): *Genre Analysis - English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge U.P.
- Thune Jacobsen, E. (1994): *Sundhedsoplysende kampagner. Et litteraturstudie af afsenderperspektivet*. Dansk Sygehus Institut.

## Appendix

### Undersøgelsens datamateriale

- Kort om motion og dit hjerte. (Hjerteforeningen 1991)
- Kort om sund og lækker mad. (Hjerteforeningen 1990)
- Kort om overvægt og dit hjerte. (Hjerteforeningen 1990)
- Værd at vide om rygning. (Kræftens Bekæmpelse 1985)
- Bliv stærk bliv røgfri. (Kræftens Bekæmpelse 1995)
- Tænk sundt spis sundt. (Kræftens Bekæmpelse 1995)
- Kort om tobak og dit hjerte. (Hjerteforeningen/Tobaksskaderådet 1990)
- Rygeophør - uden at tage på. (Tobaksskaderådet 1989)
- Fakta om tobak. (Tobaksskaderådet 1989)
- Obs på tobak. (Kræftens Bekæmpelse, udgivelsesår ukendt)
- Spring genstandene over til hverdag. (Sundhedsstyrelsen 1993)
- Kærlighed uden Klamydia. (Sundhedsstyrelsen 1990)
- En farlig cocktail (Rådet for Større Færdselssikkerhed 1989)

Bo Laursen er lektor ved Fransk Institut, Handelshøjskolen i Århus



# Anmeldelser:

Medieudvalgets rapportserie, 1995-96  
anmeldes af Carsten Ohlmann

Mustafa Hussain, Ferruh Yilmaz og Tim O'Connor: *Medierne, minoriteterne og majoriteten – en undersøgelse af nyhedsmedier og den folkelige diskurs i Danmark*. Nævnet for Etnisk Ligestilling, 1997  
anmeldes af Hanne Løngreen

Angharad N.Valdivia (ed.): *Feminism, Multiculturalism, and the Media: Global Diversities*, Thousand Oakes, California: Sage Publications, 1995  
anmeldes af Hanne Chone

Kirsten Drotner et al.: *Øjenåbnere*. Dansk lærerforening, 1996

Kirsten Drotner et al.: *Tankestreger*. Borgen/Medier, 1997

Torben Fridberg et al.: *Mønstre i mangfoldigheden*. Borgen/Medier, 1997  
anmeldes af Tem Frank Andersen