

RhetoricaScandinavica

Tidskrift för skandinavisk retorikforskning

Nr. 46 – 2008

Tema: Kriskommunikation

Temareaktör: Anders Sigrell

Rhetorica Scandinavica

Huvudredaktör Jens E. Kjeldsen

Redaktion Jonas Bakken
Marie Lund Klujeff
Mats Landqvist
Hanne Roer
Anders Sigrell
Lisa Storm Villadsen

Redaktionsråd

Øivind Andersen, Oslo	Christian Kock, København
Kjell Lars Berge, Oslo	Merja Koskela, Vasa
Ottar Grepstad, Volda	Peter Larsen, Bergen
Lennart Hellspong, Södertörn	Jan Lindhardt, Roskilde
Kurt Johannesson, Uppsala	Brigitte Mral, Örebro
Charlotte Jørgensen, København	Jan Svennevig, Oslo
	José Luis Ramírez, Stockholm

Prenumeration/abonnement På Rhetorica Scandinavicas hemsida på Internet kan du beställa prenumeration och nummer från arkivet:
www.retorikforlaget.se/rhetorica
Använd också gärna kupongen sidan 95.

Administration Retorikförlaget AB, Box 176, S-265 22 Åstorp, Sverige
rhetorica@retorikforlaget.se · www.retorikforlaget.se/rhetorica

**Kontakt:
Danmark** Lisa Storm Villadsen, Institut for Medier, Erkendelse
og Formidling, Afd f. Retorik, Københavns Universitet, Njalsgade
80-90, 2300 København S, Tel: +45 3532 8885, lisas@hum.ku.dk

Norge Jens E. Kjeldsen, Inst. for informasjons- og medievitenskap,
Universitetet i Bergen, Fosswinckelsgt. 6, 5007 Bergen,
Tel: +47 5558 9127, jens.kjeldsen@infomedia.uib.no

Sverige & Finland Anders Sigrell, MKJR, Lunds Universitet, 221 00 Lund,
Tel: +46 (0)46 222 84 77, anders.sigrell@retorik.lu.se

© Författarna & Retorikförlaget AB 2008.

Alla rättigheter förbehålles. Kopiering utan förlagets medgivande är förbjuden. Gäller även för undervisningsbruk. Se dock www.retorikforlaget.se/kopi för information om kopieringsrätt. Rhetorica Scandinavica ges ut med stöd från NOP-HS (Nordiska publiceringskommittén för humanistiska och samhällsvetenskapliga tidskrifter).

Ansvarig utgivare enl svensk lag: Peter Ström-Søeberg
ISSN 1397-0534

Tryck: Centraltrykkeriet, Skive, Danmark

Klassiker

W.L. Benoit

En teori om imagegenoprettelse

Oversat og med introduktion af Winni Johansen & Finn Frandsen.

Introduktion s 10-13 · Artikel s 14-35

Brigitte Mral

“Gerade wir Deutschen wissen, was Solidarität vermag”

Tsunamikrisen som epideiktisk situation. Tsunamikatastrofen julen 2006 drabbade utan förvarning och ställde många länder inför helt oförutsedda problem. Ett av dessa var hur befolkningarna i turisternas hemländer skulle informeras och hur de politiskt ansvariga skulle agera för att skapa största möjliga tillit till ledningen och till katastrofinsatserna. Denna uppgift hanterades som bekant på olika sätt i de berörda länderna och där bl.a. Sverige fick mycket kritik för handfallenhet och bristande kommunikativ förmåga. I den föreliggande studien ska ett av de positiva exemplen belysas, närmare bestämt den tyska regeringens kommunikativa agerande dagarna efter katastrofen.

Abstract s 4 · Artikel s 36-55

Jan Svennevig

Ledelsesretorikk i nedbemanningssituasjoner

En kasstudie av fusjonen mellom SAS og Braathens. Denne artikkelen tar for seg ledelsens retorikk i forbindelse med en svært kontroversiell nedbemanning under fusjonen mellom flyselskapene SAS og Braathens i 2002. Gjennom en analyse av et kritisk kasus vil jeg belyse noen allmenne problemstillinger knyttet til lederes formidling av informasjon om nedbemanning i kriser og omorganiseringer. Varsler om nedbemanning er vanskelige budskap å formulere fordi de kan skape stor usikkerhet i hele organisasjonen. De stiller store krav til lederens retoriske evner og innebærer en vanskelig balansegang mellom flere kryssende hensyn. På den ene siden må lederen søke å avdramatisere situasjonen for unngå å skape unødvendig frykt og usikkerhet. På den annen side må han eller hun være åpen om problemene for å skape tillit og unngå spekulasjoner. Det interessante med tilfellet SAS Braathens er at ledelsen i tre ulike henvendelser til de ansatte sendte svært forskjellige signaler både om årsaken til nedbemanningene og om vektleggingen av menneskelige hensyn i nedbemanningsprosessen. Analysen søker dermed å beskrive de ulike strategiene som ble brukt og evaluere konsekvensene av dem.

Abstract s 5 · Artikel s 56-74

Orla Vigsø

Kriskommunikation – men från vem till vem?

Apologia, politik og redaktionell inramning. Når generaldirektøren og styrelseordførnde for Försäkringskassan publicerar en artikel på Dagens Nyheter, DN:s debattsida, där de i rubriken, underraden og ingressen medger att Försäkringskassan inte har kunnat erbjuda medborgarna ett effektivt og serviceinriktat arbete, väcker detta förväntningar hos läsaren om någon form av ursäkt og förklaring. Men förväntningarna på en apologia uppfylls inte i själva artikeln, och en analys av texten utifrån retorisk kriskommunikationsteori visar att det finns en motsättning mellan själva debattinlägget og DN:s redaktionella inramning: vad DN vill få att framstå som apologia gentemot medborgarna är i själva verket politisk kommunikation riktad till politikerna.

Abstract s 6 · Artikel s 75-87

Doktorandpresentation: Helena Nylund Hansson presenterar sin forskning om “Riskkommunikation og expertis i kärnavfallsfrågan”, s 88.

Finn Frandsen er professor, mag.art og leder af Center for Virksomhedskommunikation.

Winni Johansen er lektor, ph.d. og studieleder for Executive Master i Corporate Communication.

Begge: Center fra Virksomhedskommunikation, Handelshøjskolen i Århus, Århus universitet.

ff@asb.dk & wj@asb.dk

Finn Frandsen & Winni Johansen:

Klassikerintro: Benoit

Krisekommunikation, herunder studiet af kriseretorik, er med sine knap 20 år på bagen stadig en meget ung akademisk disciplin. Det kan derfor være svært at udpege en klassiker inden for faglitteraturen, hvis vi ved klassiker forstår en tekst, en artikel eller en bog, der enten har spillet en grundlæggende rolle for et givet forskningsområde, eller som over et længere tidsrum og på afgørende vis har bidraget til udviklingen inden for dette område. Men skal man endelig udpege en klassiker inden for krisekommunikation, må det blive den amerikanske retoriker William L. Benoit's bog *Accounts, Excuses, and Apologies* fra 1995, hvorfra det centrale kapitel 4 ”En teori om imagegenoprettelse” er oversat til dette nummer af *Rhetorica Scandinavica*.

Selv om krisekommunikation som nævnt stadig er en meget ung disciplin, er det dog allerede i dag muligt at udpege to store forskningstraditioner inden for området.¹ Den første forskningstradition er den *retoriske* eller *tekst-*orienterede tradition, der først og fremmest interesserer sig for, hvad og hvordan der kommunikeres under en krise. Genstanden for denne krise kan være en person, en organisation eller en institution. Repræsentanterne for denne tradition er alle på den ene eller den anden måde inspirerede af den retoriske *apologia*-tradition. Den anden forskningstradition er den *strategiske* eller *kontekst-*orienterede tradition, der er mere interesseret i at undersøge, hvor, hvornår og til hvem der skal kommunikeres under en krise – med udgangspunkt i situationelle faktorer som krisetype, kriseansvar og den “relationelle historie” mellem en organisation og dens interessenter. Blandt repræsentanterne for denne tradition finder man f.eks. Timothy Coombs og hans *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) og Glenn Cameron og hans *Contingency Theory*, der begge har deres teoretiske ståsted inden for forskningen i public relations.

1 Winni Johansen & Finn Frandsen, *Krisekommunikation: Når virksomhedens image og omdømme er truet* (Forlaget Samfundslitteratur, 2007): 200-202.

William Benoit har med sin retoriske teori om krisekommunikation som *imagegenoprettelse* spillet en meget vigtig rolle for udviklingen inden for især den første af de to omtalte forskningstraditioner, også selv om teorien i begyndelsen egentlig slet ikke var udtænkt som en teori om krisekommunikation.² Eller som en anden amerikansk kriseretoriker har udtrykt det: “Benoits (1995) projekt har været til umådelig nytte for forskere i apologetisk kommunikation; det er ingen underdrivelse at sige, at det er blevet det definitive værk om de strategier, som anvendes af apologetikere”.³

William L. Benoit er professor ved Department of Communication ved University of Missouri-Columbia i USA. Går man ind på hans hjemmeside, vil man med det samme finde ud af, hvor hans akademiske erkendelsesinteresse er placeret, nemlig inden for *image repair discourse* og *political campaign discourse*, der er de to retoriske genstandsfelter, som han i de sidste mere end 25 år har arbejdet med og opstillet to markante teorier om.⁴

Den første af disse teorier er den teori om krisekommunikation som *imagegenoprettelse* (eller *image repair*, som han foretrækker at kalde det i dag), der er omdrejningspunktet i *Accounts, Excuses, and Apologies*. Teorien er inspireret fra mange sider inden for amerikansk nyretorik og sociologi. På den ene side er den inspireret af den retoriske genrekritik og ikke mindst af Ware & Linkugels *apologia*-teori, som Benoit henviser til igen og igen. Kenneth Burkes teori om *rensesesstrategier* er en anden vigtig retorisk inspirationskilde. På den anden side er den inspireret af det, som man kalder “the sociology of accounts” og ikke mindst af Scott og Lyman og deres teori om “forklaringer på uventet eller uheldig adfærd”.

Benoit har udviklet sin teori med udgangspunkt i en lang række kvalitative case studier, fra studier af *imagegenoprettelse* i den politiske eller royale verden (Richard Nixon, Bill Clinton og den engelske dronning Elisabeth) til studier af *imagegenoprettelse* inden for sports- og underholdningsverdenen (Tonya Harding, Hugh Grant eller Oliver Stone) eller inden for det private erhvervsliv (AT&T, Texaco, USAir, Johnson & Johnson, Sears eller den amerikanske tobaksindustri). Det er sågar blevet til studier af *imagegenoprettelse* i *Det Nye Testamente* (Johannesevangeliet).

Benoits teori om krisekommunikation som *imagegenoprettelse* er blevet modtaget og anvendt af en lang række forskere, ikke mindst inden for den amerikanske forskning i krisekommunikation. Men også i Norden har Benoit haft en virkningshistorie, ikke mindst siden *Rhetorica Scandinavica* for næsten ti år siden offentliggjorde en introduktion til Benoit under overskriften ”Retorik og krisekommunikation”.⁵

Accounts, Excuses, and Apologies kan altså med en vis ret betragtes som en klassi-

2 William L. Benoit, “Image Restoration Discourse and Crisis Communication”, i: *Public Relations Review* 23 (1997).

3 Keith M. Hearit, *Crisis Management by Apology: Corporate Response to Allegations of Wrongdoing* (Lawrence Erlbaum, 2006): 83.

4 Se <http://web.missouri.edu/~benoitw>.

5 Finn Frandsen & Winni Johansen, “Retorik og krisekommunikation”, i: *Rhetorica Scandinavica* 14 (2000).

ker, men klassikere er jo også til for at blive udfordret af efterfølgende studier. Benoit's teori er overraskende nok stort set forblevet den samme siden 1995, men denne stabilitet er ikke ensbetydende med, at der ikke er plads til kritik og videreudvikling. Teorien om imagegenoprettelse er således hidtil blevet kritiseret – direkte eller indirekte – af bl.a. Burns & Bruner (2000), Coombs (2006), Hearit (2004) og Johansen & Frandsen (2007), og Benoit har selv svaret igen på dele af denne kritik.⁶ Men der er naturligvis plads til mere kritik og mere videreudvikling.

Den anden af de to teorier er den *funktionelle teori om politisk kampagnediskurs*, som Benoit har arbejdet med siden midten af 1990'erne.⁷ Teorien bygger på den ret enkle grundantagelse, at politiske kampagnebudskaber har til funktion at overbevise vælgere om, hvilken kandidat der må foretrækkes frem for hans eller hendes modkandidater. Politiske kampagnebudskaber kan have tre forskellige funktioner: 1) hyldest, 2) angreb og 3) forsvar. Hver af disse tre funktioner kan optræde med hensyn til kandidatens politik eller kandidatens karakter eller ethos. Benoit har inddelt ytringerne vedrørende politik i tre underformer: a) fortidens gerninger, b) fremtidens planer og c) almene mål. Ytringerne vedrørende karakter er også inddelt i tre underformer: a) personlige kvaliteter, b) lederevner og c) idealer.

Benoit har i tilknytning til sine studier af politisk retorik, først og fremmest amerikanske præsidentsvalgekampagner, oprettet en hjemmeside under overskriften ”Political Campaigns: The Messages and Their Analysis”. Her kan man bl.a. læse om de ti største myter om præsidentkampagner.⁸

William Benoit har bebudet, at han agter at publicere en ny udgave af *Accounts, Excuses, and Apologies*. Efter hans eget udsagn skal man dog ikke forvente den helt store fornyelse. Teorien om krisekommunikation som imagegenoprettelse vil (igen) stort set forblive den samme, men bogen vil indeholde en oversigt over den nyeste forskningslitteratur inden for området samt en række nye cases. Hvornår den nye udgave udkommer? Det ønsker Benoit indtil videre ikke at sige noget om.

6 Se William L. Benoit, “Another Visit to the Theory of Image Restoration Strategies”; i: *Communication Quarterly* vol. 48, 1 (2000).

7 Se f.eks. William L. Benoit & William T. Wells, *Candidates in Conflict: Persuasive Attack and Defense in the 1992 Presidential Debates* (University of Alabama Press, 1996), William L. Benoit, *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisement 1952-1996* (Praeger, 1999), og William L. Benoit, *Communication in Political Campaigns* (Peter Lang, 2007).

8 Se <http://presidentialcampaign2004.coas.missouri.edu>.

Litteratur:

- Benoit, William L. *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*, State University of New York Press, 1995.
- Benoit, William L. "Image Restoration Discourse and Crisis Communication", i: *Public Relations Review* 23 (1997), 177-186.
- Benoit, William L. *Seeing Spots: A Functional Analysis of Presidential Television Advertisement 1952-1996*, Praeger, 1999.
- Benoit, William L. "Another Visit to the Theory of Image Restoration Strategies", i: *Communication Quarterly* vol. 48, 1 (2000).
- Benoit, William L. *Communication in Political Campaigns*, Peter Lang, 2007.
- Benoit, William L. & William T. Wells. *Candidates in Conflict: Persuasive Attack and Defense in the 1992 Presidential Debates*, University of Alabama Press, 1996.
- Blaney, J.R. & William L. Benoit. *The Clinton Scandals and the Politics of Image Restoration*, Praeger, 2001.
- Burns, Judith P. & Michael S. Bruner "Revisiting the Theory of Image Restoration Strategies", i: *Communication Quarterly* vol. 48, 1 (2000).
- Coombs, W. Timothy. "Crisis Management: A Communicative Approach", i: Carl H. Botan & Vincent Hazleton (red): *Public Relations Theory II*, Lawrence Erlbaum, 2006.
- Johansen, Winni & Finn Frandsen. "Retorik og krisekommunikation", i: *Rhetorica Scandinavica* 14 (2000).
- Johansen, Winni & Finn Frandsen. *Krisekommunikation: Når virksomhedens image og omdømme er truet*, Forlaget Samfundslitteratur, 2007.
- Hearit, Keith M. *Crisis Management by Apology: Corporate Response to Allegations of Wrongdoing*, Lawrence Erlbaum, 2006.
- Hearit, Keith M. & Jeffrey L. Courtright. "A Social Constructionist Approach to Crisis Management: Allegations of Sudden Acceleration in the Audi 5000" i: *Communication Studies* 54 (2003).

William L. Benoit:

En teori om imagegenoprettelse

I dette essay udvikles der en teori om imagegenoprettelse. Først beskrives de grundantagelser, som ligger bag denne teori. Dernæst udvikles der en integreret typologi over strategier for imagegenoprettelse.

Teoriens grundantagelser

To grundantagelser udgør fundamentet for denne teori. For det første at kommunikation bedst kan forstås som en målrettet aktivitet. For det andet at bevarelsen af et positivt omdømme er et af de centrale mål for kommunikationen. Hver antagelse vil blive diskuteret for sig.

Kommunikation er en målrettet aktivitet

Jeg antager for det første, at kommunikation er en målrettet aktivitet. En af de tidligste og mest tydelige eksempler på denne antagelse finder man i Aristoteles' *Retorik*. I det 4. århundrede før Kristus skelnede Aristoteles mellem tre retoriske talerarter på grundlag af talerens mål.

Hver af de nævnte talearter har sit mål, og da der er tre arter, er der også tre mål. Den, der rådgiver, tager sigte på, hvad der er gavnligt eller skadeligt. (...) For den der taler i retten er hovedsynspunktet ret eller uret (...) For de talere, som berømmer eller dadler, drejer det sig om hæder eller vanære.¹

Hver af de tre genrer, som Aristoteles beskriver, er direkte knyttet til talerens mål. I denne beskrivelse er målet faktisk det centrale definerende træk, som konstituerer genren.

Kenneth Burke har i nyere tid erklæret, at en handling "kun kan kaldes en handling i ordets fulde betydning, hvis den omfatter et formål"². Dette ikke for at antyde, at Burke betragter et specifikt, bevidst formål som det centrale definerende kendetegn ved retorikken. Men selv når han forsøger at udvide retorikkens område, synes han at ville udelukke "formålsløse ytringer": "Vi forsøger også at følge vores

Note: Teksten er oversat efter William L. Benoit: "A Theory of Image Restoration", kapitel 4 i *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies* (State University of New York Press, 1995). Benoit har i samarbejde med oversætterne Finn Frandsen & Winni Johansen forkortet teksten med henblik på denne udgivelse.

1 *Retorikken* 1358b21-28

2 K. Burke, "Dramatism", i: D.L. Sills (red.), *International encyclopedia of the social sciences* (Macmillan and Free Press, 1968): 446.

emne hinsides retorikkens traditionelle grænser. Der findes et mellemliggende udtryksområde, der ikke er fuldstændig bevidst, men heller ikke fuldstændig ubevidst. Det ligger midt mellem formålsløse ytringer og tale med et direkte formål”³. For Burke tjener retorik således et formål – enten direkte eller indirekte.

Fisher er en anden teoretiker, som anerkender betydningen af mål eller et formål i diskursen, når han hævder, at der findes fire centrale “motiver eller arter af retoriske situationer”⁴. Han udpeger disse som bekræftelsen, der skaber et image; genbekræftelsen, der genopliver et image; renselsen, der genskaber et image; og omvæltningen, der angriber et image. Fisher opfatter retorikken som en målrettet aktivitet og definerer interessant nok dens formål i relation til image.

De fleste retorikteoretikere har faktisk betragtet retorikken som overtalelsens kunst, en erklæring, der typisk ledsages af den antagelse, at den retoriske diskurs er formålstjenlig.⁵ Meget af litteraturen om retorisk teori antager derfor generelt, at retorikken er en målrettet, formålstjenlig eller intentionel aktivitet.

Antagelsen om, at kommunikation er målrettet, kan også findes i litteraturen om kommunikationsteori. Clark og Clark erklærer f.eks., at “det at tale grundlæggende er en instrumentel handling”⁶. Adskillige forskere har hævdet, at alle budskaber har indholds- og relationelle dimensioner.⁷ Nært beslægtet med denne påstand er ideen om, at kommunikation kan motiveres af en begrænset række af intentioner, formål eller mål. Clark og Delia har opstillet en meget nyttig typologi over kommunikative formål og angiver, at der findes tre:

problemstillinger eller målsætninger, der eksplicit eller implicit er til stede for åbenlys eller tavs forhandling i enhver kommunikativ transaktion: (1) åbenlyse instrumentelle målsætninger, hvor der kræves en respons fra ens tilhørere i forhold til en specifik forhindring eller et problem, som definerer opgaven i den kommunikative situation, (2) interpersonelle målsætninger, der omfatter opbygningen eller bevarelsen af en relation med den anden (de andre), og (3) identitetsmålsætninger, hvor den kommunikative situation håndteres med det formål at fremstille et ønsket selv billede for taleren og at bevare en særlig selvfølelse for den anden (de andre)⁸

Det centrale punkt her er, at selv om opfattelsen af kommunikation som en målret-

3 Burke, “Dramatism”: xiii

4 W.R. Fisher, “A motive view of communication”, i: *Quarterly Journal of Speech* 56 (1970): 132.

5 Se f.eks. L.F. Bitzer, “The rhetorical situation”, i: *Philosophy & Rhetoric* 1 (1968); I.A. Richards, *Philosophy of rhetoric* (Oxford University Press, 1936); eller R.L. Scott, “Intentionality in the rhetorical process”, i: E.E. White (red.), *Rhetoric in transition: Studies in the nature and uses of rhetoric* (Pennsylvania State University Press, 1980).

6 H.H. Clark & E.V. Clark. *Psychology and language* (Harcourt, Brace, Jovanovich, 1977): 223.

7 Se for eksempel J. Reusch & G. Bateson, *Communication: The social matrix of psychiatry* (Norton, 1951); P. Watzlawick, J.H. Beavin & D.D. Jackson. *Pragmatics of human communication* (Norton, 1967).

8 R.A. Clark & J.G. Delia, “Topoi and rhetorical competence”, i: *Quarterly Journal of Speech* 65 (1979): 200.

tet aktivitet måske ikke er universel, så gennemsyner den litteraturen inden for vores felt og overskrider den interpersonelle kommunikations eller retoriske teoris særlige kontekst. Craig erklærer endog, at “det er vanskeligt at forestille sig kommunikation som en praktisk disciplin, hvor målbegrebet ikke er centralt”. Det er således på sin plads at opfatte kommunikation og retorik som målrettede aktiviteter.

Enhver antagelse, der er så bred som denne, kræver rimeligvis at blive afgrænset. For det første kan kommunikatorer udmærket have mange forskellige mål, som ikke er fuldstændigt forenelige. Under sådanne omstændigheder kan en adfærd, der skal fremme et mål, udmærket indebære, at andre mål forbliver helt eller delvist udekkede. Det er endda muligt, at ytringer, der sigter på at fremme ét mål, kan forhindre opnåelsen af et andet mål. Men jeg hævder, at folk forsøger at nå de mål, som forekommer at være de vigtigste for dem på det tidspunkt, hvor de handler, eller at skabe den bedste blanding af de mål, som forekommer at være mulige (under hensyntagen til den opfattede omkostning ved en handling, som udføres i forfølgelsen af målene, og betydningen af disse mål for den, som handler).

For det andet er en persons mål, motiver eller formål undertiden vage, dårligt udformede eller uklare. Ikke desto mindre vil en person, i det omfang hans eller hendes mål træder frem, forsøge at opføre sig på en måde, der bidrager til at nå dem. Endvidere, selv når en kommunikator har en klar opfattelse af et bestemt mål, betyder det ikke nødvendigvis, at han eller hun er opmærksom på (og villig og i stand til at anvende) det mest effektive middel til at nå dette mål. Men stadig, i det omfang et bestemt mål er tydeligt for en kommunikator, så vil han eller hun forfølge dette mål ved at handle på en måde, som kommunikatoren tror vil føre til målet, og som har tålelige omkostninger.

For det tredje hævder jeg ikke, at mennesker vier den samme mængde opmærksomhed til alle former for kommunikative sammentræf og planlægger alle ytringer og alle kendetegn ved en ytring, mens de konstant identificerer mål og uophørligt planlægger, hvilken adfærd de skal vælge for at nå dem. Nogle former for adfærd er automatiske snarere end kontrollerede.⁹ Men i situationer, som er særlig vigtige for os, planlægger vi omhyggeligt aspekter af vores ytringer. I andre situationer tildeler vi lige præcis så mange kognitive anstrengelser til frembringelsen af målrettet diskurs, som det synes rimeligt og nødvendigt.

Endelig, selv når et individs mål er forholdsvis klare, kan det være vanskeligt for andre (f.eks. retoriske kritikere) at identificere en kommunikatørs mål. Mange forskellige mål og “skjulte dagsordener” gør selvfølgelig sagen vanskeligere for kritikerne. Der opstår et andet problem med at identificere en kommunikatørs mål, når folk undertiden forsøger at bedrage eller mislede andre med hensyn til deres mål. Endvidere er der visse artefakter (f.eks. fjernsynsprogrammer, film, kunstværker),

9 R.T. Craig, “Goals in discourse”, i: D.G. Ellis & W.A. Donohue (red.), *Contemporary issues in language and discourse processes* (Lawrence Erlbaum, 1986): 257.

10 Se for eksempel D. Hample, “Writing mindlessly”, i: *Communication Monographs* 59 (1992); W. Schneider & R.M. Shiffrin, “Controlled and automatic human information processing: I. Detection, search, and attention”, i: *Psychological Review* 84 (1977); R.M. Shiffrin & W. Schneider, “Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending, and a general theory”, i: *Psychological Review* 84 (1977).

der ikke umiddelbart har et mål, et formål eller en hensigt, som kritikeren kan afdække. På trods af disse forbehold kan kommunikation bedst forstås som en intentionel aktivitet. Kommunikatorer forsøger at udtænke de ytringer, som de mener bedst kan opfylde de mål, som er de mest fremtrædende for dem, når de kommunikerer.

Von Wrights idé om den praktiske syllogisme er en nyttig måde at se kommunikation på. Han forklarer relationen mellem mål og handling på følgende måde:

A har til hensigt at fremkalde *p*.

A mener, at han ikke kan fremkalde *p*, uden at han udfører *a*.

Derfor tager *A* fat på at udføre *a*.

Et skema af denne slags kaldes undertiden for en *praktisk inferens* (eller syllogisme).¹¹

Så når mennesker har mål eller ønsker (som de mener kan opfyldes ved hjælp af kommunikation), kommer de med det budskab, som de tror vil hjælpe dem med at opnå deres mål. Hvis der er mere end et middel til at opnå et mål, vil de selvfølgelig vælge den ytring, som (de tror) øger sandsynligheden for, at det lykkes, eller den ytring (som de tror) har de færreste omkostninger, eller den ytring, som (de tror) også gør det lettere at nå et andet mål. Hvis mennesker endvidere mener, at det er nødvendigt med mere end én ytring for at nå deres mål, vil de komme med flere budskaber. De er nødt til at tro, at ytringen er en ytring, som de er i stand til at fremføre, at den kan hjælpe dem med at nå deres mål, og at den ikke har urimelige omkostninger. Når disse omstændigheder er til stede, vil taler *A* fremføre ytringen *a* i et forsøg på at opfylde målet *p*.

Kommunikation kan bedst forstås som en instrumentel aktivitet. Kommunikative handlinger udføres for at nå mål, som er vigtige for de kommunikatorer, som udfører dem. Disse ytringer er ytringer, som kommunikatorerne mener vil hjælpe dem med at opnå de mål (med rimelige omkostninger), som er fremtrædende for aktøren på det tidspunkt, hvor ytringerne fremføres.

Bevarelsen af et godt omdømme er et vigtigt mål for kommunikationen

Den anden grundantagelse bag teorien om imagegenoprettelse er, at bevarelsen af et godt indtryk er et vigtigt mål i interaktionen. Behovet for en diskurs, der kan genoprette vores omdømme, opstår, fordi vi som mennesker uundgåeligt inlader os på en adfærd, der gør os sårbare over for angreb. For det første har vores verden kun et begrænset antal ressourcer: der er kun så og så mange penge, så og så meget tid, så og så meget kontorplads, så og så meget computertid, så og så mange arbejdere osv. Når fordelingen af disse knappe ressourcer ikke rækker til at tilfredsstille en persons ønsker, bliver vedkommede utilfreds. Det er sjældent muligt at tilfredsstille alle, så disse beklagelser har det med at vende tilbage. For det andet kan begivenheder hinsides vores kontrol forhindre os i at opfylde vores forpligtelser. Vækkeure, der er gået i stykker, kan få os til at komme for sent, vigtige breve når måske ikke

11 G. H. von Wright, *Explanation and understanding* (Routledge & Kegan Paul, 1971): 96.

frem til os, eller vores computersystem går ned, lige som en vigtig rapport skal være færdig. For det tredje er vi mennesker menneskelige, så vi begår fejl: nogle uden at det var meningen, andre på grund af egeninteresse. Folk kan ved et uheld miste ting, som de har lånt af andre, de glemmer at deltage i møder, de tager for meget i betaling fra deres kunder. Alkohol, stoffer eller mangel på søvn kan forstyrre vores dømmekraft og skade vores handlinger. Endelig og måske allervigtigst er vi ofte uenige om mål. Konflikter om mål skaber ofte uoverensstemmelser. Disse fire elementer – begrænsede ressourcer, ydre begivenheder, menneskelige fejl og modstridende mål – går sammen for at sikre, at virkelige eller opfattede fejlhandlinger er et tilbagevendende træk ved den menneskelige adfærd.

Hvad er konsekvenserne af en sådan uundgåelig uheldig adfærd? Semin og Manstead rapporterer, at når der foreligger et ”brud på god opførelse”, så ”antager aktørerne, at de har projiceret et negativt billede af dem selv, også selv om bruddet ikke var tilsigtet”¹². De anfører endvidere, at ”truslen fra potentielt negative beskyldninger mod selvet, i form af foregribne negative dispositionelle slutninger, som en iagttagelse kan drage, vokser med graden af skyld og ansvar, som kan udledes fra handlingen”¹³. Mennesker er altså bange for, at andre vil tænke dårligt om dem, når en ugerning tilsyneladende finder sted, og denne trussel mod deres image opfattes som voksende i takt med, at deres ansvar vokser. Dette har en klar forbindelse til Burkes begreb om skyld og ideen om forlegenhed. Disse ”negative beskyldninger mod selvet” hidrører fra introspektion.

Men andre er ofte hurtige til at kritisere os, når denne slags ugerninger finder sted, og forværrer dermed vores tendens til at føle os skyldige. De klager over noget, vi sagde eller gjorde, over ting, vi ikke sagde eller ikke gjorde, eller selv den *måde*, hvorpå vi sagde eller gjorde noget. McLaughlin, Cody & Rosenstein udpeger fire typer af bebrejdelser eller ytringer, der fremkalder forklaringer eller undskyldninger: udtryk for overraskelse eller afsky, antydninger af, at den person, som bebrejdes noget, er moralsk eller intellektuelt ringere, anmodninger om en forklaring, og irettesættelser af en anden person.¹⁴ Det synes at være klart, at der findes mange mulige bebrejdelser eller klager, som kan angribe et omdømme eller *face*. Den betydning, som persuasive angreb kan have, er blevet fastslået af Ryan, der argumenterer for, at det er vigtigt at inddrage *kategoria* for at få en fuldstændig forståelse af *apologia*.¹⁵ Der er lavet færre studier af angreb end af forsvar.¹⁶

12 G.R. Semin & A.S.R. Manstead, *The accountability of conduct: A social psychological analysis* (Academic Press, 1983): 38.

13 Semin & Manstead, *The accountability of conduct*: 83.

14 M.L. McLaughlin, M.J. Cody & N.E. Rosenstein, “Account sequences in conversation between strangers”, i: *Communication Monographs* 50 (1983).

15 H.R. Ryan, “Kategoria and apologia: On their rhetorical criticism as a speech set”, i: *Quarterly Journal of Speech* 68 (1982).

16 Se for eksempel J.K. Alberts, “An analysis of couples’ conversational complaints”, *Communication Monographs* 55 (1988); J.K. Alberts, “A descriptive taxonomy of couples’ complaint interactions”, i: *Southern Speech Communication Journal* 54 (1989); G.H. Morris, “Finding fault”, i: *Journal of Language and Social Psychology* 7 (1988); A. Pomerantz, “Attributions of responsibility: Blamings”, i: *Sociology* 12 (1978); og A.L. Vangelisti, J.A. Daly & J.R. Rudnick. “Making people feel guilty in conversations: Techniques and correlates”, *Human Communication Research* 18 (1991).

Vores sårbarhed over for kritik fører altså til (intern) skyld og (eksterne) trusler mod vores *face*, og begge dele fører til en reaktion fra aktøren. Hvad sker der, når vi tror, at negativt opfattede begivenheder truer vores omdømme? Goffmann forklarer, at ”Når et *face* er truet, må der udføres *face-work*”¹⁷. Bemærk også, at Clark & Delia udpeger identitetsmålet som et vigtigt mål for kommunikation, og Fisher viser, at renelse af et image er et af de grundlæggende motiver bag retorik. Hvorfor er *face* eller image så vigtigt, at persuasive angreb fremkalder en defensiv respons?

For det første er *face* eller omdømme en afgørende råvare, fordi de bidrager til et sundt selvbillede. Snyder, Higgins & Stucky forklarer, at ”Opnåelsen og bevarelsen af et positivt selvbillede er blevet betragtet som vigtige motivationsvariabler op gennem psykologiens historie”¹⁸. Det er rigtigt, for problematiske begivenheder (trusler mod *face*) har mange forskellige uønskede konsekvenser, som Schlenker forklarer:

Jo mere alvorlig en forlegenhed er, desto større er den negative virkning for en aktør. Aktøren burde opleve større indre lidelser såsom angst og skyld, modtage større negative sanktioner fra publikum og volde større skade på sin identitet – og dermed påvirke relationen til publikum på en ugunstig måde.¹⁹

Faglitteraturen inden for kommunikation og interaktion antager altså, at en persons *face*, image, omdømme eller opfattede karakter er yderst vigtige.

En anden grund til, at image eller omdømme er vigtig, har at gøre med deres rolle i indflydelsesprocessen. I *Antidosis* gør Isokrates det f.eks. klart, at han betragter talerens *ethos*, eller tidlige omdømme, som vigtig for talens effektivitet:

Den mand som ønsker at overtale folk, vil ikke være skødesløs i sager, der angår hans karakter; nej, tværtimod vil han overalt bestræbe sig på at opbygge det mest ærbare navn blandt sine medborgere; for hvem ved ikke, at ord er mere overbevisende, når de fremsiges af mænd med et godt omdømme, end når de fremsiges af mænd, der lever i unåde, og at det argument, som leveres af en mands liv, har større vægt end det, som leveres af ord?²⁰

Antagelsen om, at *ethos*, troværdighed eller omdømme er vigtigt, gennemsyrrer altså den retoriske litteratur. Aristoteles skriver f.eks., at ”Vi stoler nemlig mere og med større beredvillighed på, hvad anstændige mennesker siger, og dette gælder generelt i alle situationer, men aldeles afgjort dér, hvor der ikke foreligger vished, men er levnet plads for tvivl”²¹. For klassiske retorikere som Isokrates og Aristoteles er *ethos* yderst vigtig for persuasionen. Tilsvarende understøtter forskning og teori om holdningsforandring også troværdighedens betydning for persuasionen.²² Et vigtigt mål

17 E. Goffman, *On face-work. Interaction ritual* (Anchor Books, 1967): 27.

18 C.R. Snyder, R.L.Higgins & R.J.Stucky. *Excuses: Masquerades in search of grace* (John Wiley, 1983): 29; se også P. Schonbach, *Account episodes: The management or escalation of conflict* (Cambridge University Press, 1990).

19 B.R. Schlenker, *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations* (Brooks/Cole, 1980): 131.

20 Isokrates, *Antidosis* (Harvard University Press, Loeb Classical Library. Vol. 1, 1976): 278.

21 *Retorikken* 1356a6-8

22 Se for eksempel K. Andersen & T. Clevenger, “A summary of experimental research in

for diskursen er derfor at opbygge og bevare et positivt image eller omdømme.

Fordi ens *face*, image eller omdømme er så vigtig, konstaterer Brown & Levinson, at ”folk kan forventes at forsvare deres *face*, hvis det er truet”²³. Empiriske vidnesbyrd bekræfter påstanden om, at opfattet forlegenhed er positivt korreleret med mængden af *facework*²⁴. Når vores omdømme er truet, føler vi os derfor tvunget til at give forklaringer, forsvar, retfærdiggørelser, rationaliseringer, undskyldninger eller bortforklaringer for vores adfærd. Fordi skyld og kritik eller klager optræder i det menneskelige samfund, og fordi *face* er vigtig for praktisk talt alle, optræder dette fænomen, et følt behov for at rense ens omdømme gennem diskurs, i alle dele af vores tilværelse, offentligt som privat.

Imagegenoprettelsesdiskurs

Denne teori om imagegenoprettelse antager, at kommunikation generelt er en målrettet aktivitet. Den har fokus på et bestemt mål for diskursen, nemlig at genoprette eller beskytte ens omdømme. Vi må være opmærksomme på, at dette ikke er det eneste mål, eller nødvendigvis det vigtigste mål, for en person (eller en organisation) i en given situation. Men det er alligevel et af de centrale mål for kommunikationen.

Fordi vores *face*, image eller omdømme er så vigtigt for os, når vi mener, det er truet, er vi motiverede til at handle for at dæmpe denne bekymring. Vi kan forstå måden, hvorpå disse imagegenoprettelsesstrategier fungerer for at genoprette ens beskadigede omdømme, ved at studere angreb, bebrejdelser eller klager. Et angreb på ens image, *face* eller omdømme består grundlæggende af to komponenter: 1) En uønsket handling finder sted, 2) Du er ansvarlig for denne handling. Kun hvis begge disse betingelser opfattes som værende sande af det relevante publikum, er aktørens omdømme i fare (og kun hvis aktøren ser, at det pågældende publikum mener, at disse to betingelser er sande, er det sandsynligt, at aktøren vil anvende imagegenoprettelsesdiskurs). Lad os se nærmere på hver disse to betingelser.

For det første: for at ens omdømme er truet, må der være begået en forkastelig handling. Hvis der ikke er sket noget slemt – eller hvis aktøren mener, at det, som skete, ikke betragtes som krænkende af det relevante publikum – er aktørens *face* ikke truet. Før aktører begynder at bekymre sig om en negativ effekt på deres omdømme, må de mene, at et relevant publikum misbilliger handlingen (det er aktørens opfattelse af publikummets opfattelse, ikke deres faktiske opfattelse, der fremkalder forsvarsdiskursen). ”Handling” skal selvfølgelig opfattes bredt og inklu-

ethos”, i: *Speech Monographs* 39 (1963); W.L. Benoit, “A cognitive response analysis of source credibility”, i: B. Dervin & M.J. Voigt (red.), *Progress in communication sciences* (Ablex, 1991); S.W. Littlejohn, “A bibliography of studies related to variables of source credibility”, i: *Bibliographic Annual in Speech Communication* 2 (1971).

23 P. Brown & S. Levinson, “Universals in language usage: Politeness phenomena”, i: E. Goody (red.), *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (Cambridge University Press, 1978): 66

24 A. Modigliani, “Embarrassment, facework, and eye contact: Testing a theory of embarrassment”, i: *Journal of Personality and Social Psychology* 17 (1971).

derer såvel ord som gerninger og inkluderer såvel manglende evne til at leve op til forventede handlinger som udførelse af uønskede handlinger (med andre ord, såvel udeladelseshandlinger som bevidste handlinger). Det synes rimeligt at antage, at jo mere alvorligt angrebet er – jo mere nederdrægtig handlingen er, jo mere folk lider skade ved handlingen, jo længere og mere vidtgående negative virkninger af den osv. – desto større er skaden på aktørens omdømme.

For det andet: skade på ens *face* kræver, at aktøren gøres ansvarlig af det relevante publikum for den forkastelige handling. Lige meget hvad der skete eller hvor forfærdeligt det var, er det ikke rimeligt at danne sig et ugunstigt indtryk af en person, som man ikke mener var ansvarlig for denne handling. Pointen her er selvfølgelig ikke, hvorvidt aktøren *rent faktisk* forårsagede skaden, men hvorvidt det relevante publikum *tror*, at aktøren er kilden til den forkastelige handling. Hvis en person antages at være ansvarlig for en handling, der opfattes som uønsket, er det sandsynligt, at denne persons omdømme vil lide skade. Opfattelser er endvidere her lige så vigtige som handlingens krænkende karakter. Før folk begynder at genoprette deres image, må de først tro, at publikummet gør dem ansvarlige (for en handling, som de mener publikummet tror er krænkende).

Men ligesom en handlings uønskethed er placeret på et kontinuum, er ansvar ofte ikke et simpelt sandt eller falskt udsagn. Hvis handlingen blev begået af flere mennesker sammen, gør vi dem ikke nødvendigvis alle fuldt ud ansvarlige, men for-deler måske skylden mellem dem. Nogle mennesker (f.eks. ledere, bagmænd, mennesker, som spillede en særlig vigtig rolle for handlingens baggrund) gøres måske mere ansvarlige for den forkastelige handling end andre. Desuden gør vi ofte folk mere ansvarlige for effekter, som de havde til hensigt at opnå, og mindre ansvarlige for ikke-tilsigtede eller uventede effekter. Det synes rimeligt at antage, at en persons omdømme vil lide skade i forhold til det omfang de personligt eller individuelt kan gøres ansvarlige for den uønskede handling (inklusive det omfang man tror handlingen og dens konsekvenser var intenderede).

At betragte imagegenoprettelse ligesom et angreb forklarer, hvordan imagegenoprettelsesstrategier virker. Nogle af forsvarsstrategierne forsøger at *benægte*, at der har fundet en uønsket handling sted, eller at det var den anklagede, som begik handlingen. Hvis der rent faktisk ikke fandt en forkastelig handling sted (og det benægtes, at handlingen rent faktisk fandt sted), burde den anklagedes omdømme ikke lide skade. Hvis den anklagede ikke udførte handlingen (og det benægtes, at den anklagede begik handlingen, eller skylden for handlingen *skydes over på* en anden), burde den anklagedes *face* igen ikke lide skade ved denne handling. Det er muligt, at den anklagedes image ikke, selv ikke efter, at det er lykkedes at benægte, bliver genoprettet fuldt ud på det niveau, som det havde før angrebet, som følge af dynamikken i dannelsen og forandringen af holdninger. Men en succesfuld benægtelse burde genoprette imaget i væsentligt omfang.

En anden mulighed for at forsvare sig er at forsøge at undgå eller reducere ansvaret for den uønskede handling. Man kan hævde, at man blev *provokeret* og derfor ikke er den eneste ansvarlige for handlingen. En person forsøger måske at forsvare sig ved hjælp af *omstødelse*, ved at sige at handlingen skyldtes mangel på informa-

tion eller evne og derfor ikke fuldt ud var ens egen fejl. En tredje mulighed er at erklære, at handlingen fandt sted *ved et uheld*. Eller man kan hævde, at handlingen blev udført med de *bedste intentioner*. Hver af disse strategier forsøger at reducere den anklagedes opfattede ansvar for den forkastelige handling og dermed at formindske den skade på omdømmet, som følger af denne handling. En succesfuld anvendelse af strategier for at undgå ansvar burde forbedre den anklagedes image, men genopretter det ikke nødvendigvis fuldt ud.

Det er også muligt at reducere den opfattede krænkede karakter ved hjælp af mange andre strategier. *Afstivning* forsøger at forbedre den anklagedes omdømme i håb om at opveje den skade på imaget, som hidrører fra den uønskede handling. *Minimering* reducerer omfanget af de negative følelser, som er knyttet til handlingen, i håb om, at det vil mindske den uvilje, som er rettet mod den anklagede. *Differentiering* og *transcendens* forsøger på hver deres måde at reducere den negative effekt, som forbindes med handlingen. Et *angreb på anklageren*, hvis anklageren er den part, som har lidt skade, kan reducere publikums sympati for den part, som har lidt skade, og på denne måde mindske opfattelserne af den skadelige handlings alvor. (Denne strategi kan for øvrigt også reducere angrebets omfang ved at reducere angriberens troværdighed, men denne funktion stammer ikke fra analysen af, hvordan et angreb kan true *face*). *Kompensation* er en strategi, som er beregnet til at reducere skadens opfattede alvorlighed. Disse strategier har således alle som funktion at reducere begivenhedens krænkende karakter. Fordi truslen mod den anklagedes image burde være en funktion af handlingens krænkende karakter, burde en succesfuld anvendelse af disse strategier hjælpe til med at genoprette omdømmet.

Det er nemmere at forklare de sidste to imagegenoprettelsesstrategier ud fra kulturelle normer end ud fra en analyse af angrebets natur. De fleste folk indser, at vi mennesker begår fejl. Hvis en person begår en overtrædelse, kan den, som begår overtrædelsen, komme til at fortryde det. Publikum kan udmærket tilgive en person, som det lykkedes at forsikre dem om, at hvad end aktøren måtte have lavet i fortiden, så vil han eller hun foretage en *korrigerende handling*. Dette kan ske ved at afhjælpe problemet eller ved at love, at fejlen ikke vil ske igen (eller begge dele). Endelig kan en aktør, der *beder om tilgivelse* (en tilsyneladende oprigtig undskyldning, udtryk for beklagelse) også redde et omdømme, der har lidt skade. Disse handlinger kan genoprette aktørens image, i det mindste delvist.

Den måde, som mange af imagegenoprettelsesstrategierne virker på, kan således forklares ud fra en analyse af bebrejdselsers eller angrebs væsen. Et angreb kan sætte en handling i et ugunstigt lys og tildele den anklagede ansvaret for denne handling. Nogle forsvarsstrategier kan forsøge at rehabilitere et image ved at benægte eller reducere ansvaret for denne handling eller ved at udlægge den på en mindre negativ måde (ved at reducere dens tilsyneladende krænkende karakter eller ved at bøde på den forvoldte skade). Andre forsvarsstrategier (f.eks. bøn om tilgivelse) kan bero på et kulturelt grundlag. Men jeg har forsøgt at forklare, hvordan hver af disse strategier burde hjælpe til med at genoprette den anklagedes image. Vi er nu klar til at give en beskrivelse af de verbale imagegenoprettelsesstrategier.

Typologi over imagegenoprettelsestrategier

Enhver person, som er tvunget til at forsvare sig selv mod mistanker eller angreb fra andre, råder over flere valgmuligheder. Et ønske om både at opstille en typologi, der er mere fuldstændig end de typologier, man finder i den retoriske faglitteratur, og at undgå den ekstreme grad af detaljerethed, man finder i nogle beskrivelser af forklaringer, fører til listen over strategier i denne imagegenoprettelsestypologi. Imagegenoprettelsesstrategierne er her inddelt i fem brede kategorier, hvoraf de tre har varianter eller underkategorier: benægtelse, unddragelse af ansvar, reduktion af den krænkende karakter, korrigerende handling og bøn om tilgivelse.

Benægtelse

Taleren kan benægte, at han eller hun har begået den forkerte handling, som Ware & Linkugel viser.²⁵ Goffman gør opmærksom på, at den anklagede kan benægte, at handlingen fandt sted, eller at den anklagede begik handlingen.²⁶ Schonbach foreslår, at man kan hævde, at fejlhandlingen ikke fandt sted.²⁷ Schlenker opstiller uskyldighed som en mulighed.²⁸ Hvad enten den anklagede benægter, at den krænkende handling rent faktisk fandt sted, eller benægter, at han eller hun begik handlingen, burde begge muligheder, hvis de accepteres, fritage aktøren for skyld. En af strategierne for håndtering af angreb er altså ganske enkelt at benægte den uønskede handling og således svare igen, hvad angår skylds- eller ansvarsaspektet ved et angreb.

Det er muligt at forstærke en benægtelse. Efter at en båndoptagelse blev anvendt for at bevise, at lederen af PLO, Yasser Arafat, var kommet med en nedsættende udtalelse om jøder, hævdede han f.eks., at optagelsen var fabrikeret.²⁹ Arafat benægtede her anklagen, samtidig med at han gav en forklaring på det tilsyneladende belastende bevismateriale. Da William Aramony blev anklaget for bedrageri hos United Way, benægtede han disse anklager og hævdede, at han ikke havde adgang til dokumenter, der ville understøtte hans benægtelse.³⁰ Samtidig med at han benægtede anklagerne, anførte han således, at han ikke havde adgang til det bevismateriale, som han havde brug for for at kunne bevise sin uskyld. En benægtelse kan suppleres med forklaringer på tilsyneladende belastende kendsgerninger eller mangel på understøttende bevismateriale.

Men når en person anvender benægtelse, vil andre spørge sig selv: ”Hvis du ikke gjorde det, hvem var det så?” Burke diskuterer *victimage* eller flytning af skyld,³¹ og

25 B.L. Ware & W.A. Linkugel, “They spoke in defense of themselves: On the generic criticism of apologia”, i: *Quarterly Journal of Speech* 59 (1973).

26 E. Goffman, “Remedial interchanges”, i: *Relations in public: Microstudies of the public order* (Harper & Row, 1971).

27 P. Schonbach, “A category system for account phases”, i: *European Journal of Social Psychology* 10 (1980).

28 Schlenker, *Impression management*.

29 “Arafat says tape was doctored: PLO leader purportedly slandered Jews”, i: *Columbia Daily Tribune*.

30 F. Barringer, “Ex-chief of United Way vows to fight accusations”, i: *New York Times*.

31 K. Burke, *The rhetoric of religion* (University of California Press, 1970).

Schonbach foreslår, at en form for afvisning flytter skylden over på en anden person.³² Denne strategi kan betragtes som en variant af benægtelsen, fordi den anklagede ikke kan have begået den anstødelige handling, hvis det rent faktisk var en anden, som begik den. Denne strategi kan udmærket være mere effektiv end en simpel benægtelse, og det af to grunde. For det første giver den en skydeskive for enhver form for uvilje, som et publikum måtte føle, og denne uvilje kan flyttes væk fra den anklagede. For det andet besvarer den det spørgsmål, som får publikum til at tøve med at godtage en simpel benægtelse: ”Hvem var det så?”

En strategi, der ofte anvendes af forsvarsadvokater under retssager, er alibiet. Dette er grundlæggende et vidne, som bevidner, at den anklagede befandt sig et andet sted i gerningsøjeblikket – og derfor ikke kan have begået forbrydelsen. Effekten af et alibi er selvfølgelig at levere et bevis, der – hvis det accepteres – benægter, at den tiltalte begik forbrydelsen.

Unddragelse af ansvar

Mennesker, som ikke er i stand til at benægte, at de begik den pågældende handling, er måske i stand til at unddrage sig eller reducere det ansvar, som de tilsyneladende har for handlingen. Der kan udpeges fire varianter af denne strategi. Scott & Lyman's version af syndebukstrategien – her kaldet provokation – viser, at aktøren kan hævde, at den pågældende handling blev begået som svar på en anden forkert handling, der forståeligt nok fremkaldte den pågældende krænkende handling.³³ Hvis den anden person er enig i, at det er godtgjort, at aktøren blev provokeret, kan provokatøren gøres ansvarlig i stedet for aktøren. Schonbach og Semin & Manstead diskuterer også provokationen som en forklaring.³⁴

En anden strategi for unddragelse af ansvar er omstødelse,³⁵ hvor man påberåber sig en mangel på information om eller kontrol over vigtige faktorer i situationen. Mangel på kontrol synes at være nært beslægtet med Scott & Lyman's begreb om biologiske drifter, der også er inkluderet under omstødelse. Som foreslået tidligere, har senere forfattere³⁶ udpeget et antal varianter af omstødelse. Snarere end at benægte, at handlingen fandt sted, forsøger aktøren at vise, at mangel på information, vilje eller evne indebærer, at han eller hun ikke kan gøres fuldt ansvarlig for handlingen. Hvis denne strategi er effektiv, burde den reducere den anklagedes opfattede ansvar for den fejlagtige begivenhed.

Aktøren kan for det tredje lave en bortforklaring på grundlag af uheld.³⁷ Vi har

32 Schonbach, “A category system for account phases”.

33 M.H. Scott & S.M. Lyman, “Accounts”, i: *American Sociological Review* 33 (1968).

34 Schonbach, “A category system for account phases” og Semin & Manstead, *The accountability of conduct*.

35 Scott & Lyman, “Accounts”.

36 Schonbach, “A category system for account phases”; J. T. Tedeschi & M. Reiss, “Verbal strategies in impression management”, i: C. Antaki (red.), *The psychology of ordinary explanations of social behavior* (Academic Press, 1981); Semin & Manstead, *The accountability of conduct*.

37 Scott & Lyman, “Accounts”; Tedeschi & Reiss, “Verbal strategies”; eller Semin & Manstead, *The accountability of conduct*.

en tendens til kun at gøre andre ansvarlige for faktorer, som de med rimelighed kan forventes at have kontrol over. Når folk f.eks. kommer for sent til et møde, stiller vi dem måske ikke fuldt ud til ansvar for dette, hvis en uforudset trafikprop var skyld i, at de kom for sent. Her, snarere end at benægte at den krænkende handling fandt sted, forsøger den anklagede at give en information, der kan reducere hans eller hendes tilsyneladende ansvar for den krænkende handling.

En fjerde mulighed for aktøren er at vise, at udførelsen af den pågældende handling kan retfærdiggøres på grundlag af motiver eller intentioner.³⁸ Her benægtes den forkerte handling ikke, men publikum bliver bedt om ikke at stille aktøren fuldt til ansvar, fordi handlingen blev begået med gode snarere end onde hensigter. Folk, der forvolder ondt, mens de forsøger at gøre noget godt, bliver normalt ikke bebrejdet så meget som dem, der har til hensigt at forvolde ondt.

Reduktion af begivenhedens krænkende karakter

En person, der anklages for dårlig adfærd, kan forsøge at reducere graden af det ubehag, som publikum oplever, ved at arbejde med anklagens opfattede omfang. Denne tilgang til imagegenoprettelse har seks varianter: afstivning, minimering, differentiering, transcendens, angreb på anklageren og kompensation. Hver af disse varianter vil kort blive forklaret her.

Afstivning³⁹ kan anvendes for at formindske de negative effekter af handlingen på aktøren ved at forstærke publikums positive følelser over for retoren. Personer, som anklages for at have handlet forkert, kan her berette om positive egenskaber, som de besidder, eller positive handlinger, som de tidligere har udført. Selv om mængden af skyld eller negative følelser fra anklagen forbliver den samme, kan mere positive følelser over for aktøren hjælpe til med at opveje de negative følelser over for handlingen og føre til en relativ forbedring af aktørens omdømme.

Det er for det andet muligt at forsøge at minimere⁴⁰ mængden af negative følelser, som er forbundet med den krænkende handling. Hvis retoren kan overbevise publikum om, at den negative handling ikke er så slem som først antaget, reduceres graden af uvilje knyttet til denne handling. Personens omdømme genoprettes i det omfang denne strategi lykkes.⁴¹

En tredje strategi, som er mulig, hvis man ønsker at reducere en handlingens krænkende karakter, er differentiering⁴². Her forsøger retoren at adskille den begåede handling fra andre tilsvarende, men mindre ønskede handlinger. Handlingen kan fremstå som mindre krænkende sammenlignet med de andre handlinger. Dette kan

38 Diskuteret af Ware & Linkugel (Ware & Linkugel, "They spoke in defense of themselves") som en del af benægtelsen.

39 Ware & Linkugel, "They spoke in defense of themselves".

40 Ware & Linkugel, "They spoke in defense of themselves".

41 G.M. Sykes & D. Matza, "Techniques of neutralization: A theory of delinquency", i: *American Sociological Review* 22 (1957); Scott & Lyman, "Accounts"; Schonbach, "A category system for account phases"; Schlenker, *Impression management*; Tedeschi & Reiss, "Verbal strategies"; og Semin & Manstead, *The accountability of conduct*, diskuterer alle benægtelse eller minimering af skade og/eller offer som forklaringsstrategier.

42 Ware & Linkugel, "They spoke in defense of themselves".

have som effekt, at publikums følelser over for handlingen og aktøren bliver mindre negative.

Dernæst kan aktøren anvende transcendens⁴³. Denne imagegenoprettelsesstrategi fungerer ved, at handlingen placeres i en anden kontekst. Ware og Linkugel diskuterer specifikt placeringen af en handling i en bredere kontekst, men det kan også være nyttigt blot at anføre en anden referenceramme. Robin Hood kan f.eks. anføre, at man ikke opfatter hans handlinger som tyveri, men som en hjælpende hånd til de fattige og undertrykte. En person, der anklages for at have handlet forkert, kan ligeledes rette vores opmærksomhed mod andre angiveligt højere værdier for at retfærdiggøre den pågældende adfærd.⁴⁴ En politibetjent kan f.eks. forsøge at retfærdiggøre en ulovlig placering af bevismateriale på en tiltalt som den eneste måde at beskytte samfundet på mod en farlig, men intelligent forbryder. Denne positive kontekst kan formindske den opfattede krænkede karakter af handlingen og hjælpe til med at forbedre aktørens omdømme.

Personer, som anklages for at have handlet forkert, angriber af og til deres anklager.⁴⁵ Hvis troværdigheden af den kilde, hvorfra beskyldningerne kommer, kan reduceres, kan skaden på ens image fra disse beskyldninger formindskes. Hvis anklageren også er offer for den krænkende handling (snarere end tredje part), kan apologetikeren skabe det indtryk, at offeret fortjente, hvad der overgik ham eller hende. Et angreb på anklageren kan forsøge at formindske det opfattede ubehag ved den pågældende handling⁴⁶ og igen forbedre retorens omdømme. Det er også muligt, at et angreb på anklageren kan rette publikums opmærksomhed væk fra den oprindelige anklage og reducere den skade, som retors image har lidt.

Kompensation er en sidste mulig strategi, hvormed man kan reducere en handlingens krænkende karakter⁴⁷. Her tilbyder personen at belønne offeret for at hjælpe til med at opveje de negative følelser, som hidrører fra den forkerte handling. Denne afhjælpning kan antage form af såvel værdsatte goder eller tjenester som godtgørelse i form af penge. Kompensation fungerer faktisk som en slags bedrageri. Hvis anklageren accepterer tilbuddet, og hvis tilbuddet har en tilstrækkelig høj værdi, kan de negative følelser fra den uønskede handling opvejes, og omdømmet genoprettes.

Ingen af disse seks strategier for reduktion af den krænkende karakter benægter, at aktøren begik den forkastelige handling eller forsøger at reducere aktørens ansvar for denne handling. Alle strategier forsøger at reducere de ugunstige følelser over

43 Ware & Linkugel, "They spoke in defense of themselves".

44 Sykes & Matza, "Techniques of neutralization"; Scott & Lyman, "Accounts"; Schonbach, "A category system for account phases"; Schlenker, *Impression management*; Tedeschi & Reiss, "Verbal strategies"; og Semin & Manstead, *The accountability of conduct*, diskuterer alle appel til værdier og højere loyalitet – eller begge – som retfærdiggørelsesstrategier)

45 Som vist af L.W. Rosenfield, "A case study in speech criticism: The Nixon-Truman analog", i: *Speech Monographs* 35 (1968); Sykes & Matza, "Techniques of neutralization"; Scott & Lyman, "Accounts"; Schonbach, "A category system for account phases"; og Tedeschi & Reiss, "Verbal strategies".

46 Semin & Manstead, *The accountability of conduct*.

47 Schonbach, "A category system for account phases".

for aktøren ved at øge publikums agtelse for aktøren eller ved at formindske deres negative følelser i forhold til handlingen.

Korrigerende handling

I denne imagegenoprettelsesstrategi lover den anklagede at rette op på problemet. Dette kan være i form af en genoprettelse af situationen i den tilstand, den var i før den forkastelige handling og/eller i form af et løfte om at ”begynde et nyt og bedre liv” og sørge for forhindre, at den uønskede handling gentager sig. Hvis der er tale om et problem, som kan vende tilbage, kan aktørens stilling styrkes af forsikringer om, at ændringer vil forhindre det i at komme tilbage. Goffman nævner denne mulighed som bestanddel af en undskyldning.⁴⁸ Men man kan godt foretage en korrigerende handling uden at erkende skyld, sådan som Tylenol med rette gjorde ved at indføre glas, som man ikke kan pille ved, efter at deres kunder var blevet forgiftet.⁴⁹ Forskellen mellem denne strategi og kompensation er, at den korrigerende handling tager fat på den aktuelle kilde til skade (og tilbyder at korrigere tidligere forvoldt skade og/eller forhindre, at det gentager sig), hvorimod kompensation består i en gave, der skal opveje skaden snarere end at korrigere den.

Bøn om tilgivelse

Som Burke viser⁵⁰, kan den anklagede vedgå sit ansvar for den forkerte handling og bede om tilgivelse. Hvis vi mener, at undskyldningen er oprigtig, kan vi vælge at tilgive den forkerte handling. Schonbach diskuterer også indrømmelser, hvor man vedgår skyld og udtrykker beklagelse.⁵¹ Det kan være klogt at kombinere denne strategi med planer om at korrigere problemet (eller forhindre, at det opstår igen), men disse strategier kan også optræde uafhængigt af hinanden.

En retor, som ønsker at genoprette et image ved at tale, råder altså over fem grundlæggende valgmuligheder: benægtelse, undragelse af ansvar, reduktion af den krænkende karakter, korrigerende og bøn om tilgivelse.⁵² Flere af disse grundstrategi-

48 Goffman, “Remedial interchanges”.

49 W.L. Benoit & J.J. Lindsey, “Argument strategies: Antidote to Tylenol’s poisoned image”, i: *Journal of the American Forensic Association* 23 (1987).

50 Burke, *The rhetoric of religion*; K. Burke, *The philosophy of literary form* (University of California Press, 1973).

51 Schonbach, “A category system for account phases”; se også Goffman, “Remedial interchanges”, om undskyldninger.

52 En mulighed, som jeg har besluttet at udelade, men i al fald vil nævne, er den strategiske brug af tavshed eller ignorering af anklager (M.L. McLaughlin, M.J. Cody & H.D. O’Hair. “The management of failure events: Some contextual determinants of accounting behavior”, i: *Human Communication Research* 9 (1983)). Ytringen ”Jeg vil ikke værdige denne anklage med et ord” er ret udbredt. Der er ingen tvivl om, at denne tilgang anvendes, og at det kan være med succes. Men jeg har ønsket at fokusere på ting, som en taler kan sige eller mere proaktive strategier. Dette synes at bygge på håbet om, at hvis man lukker øjnene for det, så vil imageproblemet blive glemt. Jeg har i udviklingen af denne teori været interesseret i at beskrive, hvilke verbale skridt der kan tages for at ændre tilhørernes opfattelse.

Tabel 1. Imagegenoprettelsesstrategier

Benægtelse

Simpel benægtelse

Flytning af skyld

Unddragelse af ansvar

Provokation

Omstødelse

Uheld

Gode intentioner

Reduktion af begivenhedens krænkende karakter

Afstivning

Minimering

Diffentiering

Transcendens

Angreb på anklager

Kompensation

Korrigerende handling

Bøn om tilgivelse

er har varianter. Disse strategier for genoprettelse af et plettet omdømme er sammenfattet i Tabel 1. Efter at have formuleret de grundantagelser, som denne teori bygger på, og efter at have beskrevet de strategiske valgmuligheder for imagegenoprettelse vil dette kapitel nu se nærmere på to andre spørgsmål: hvordan strategierne fungerer, og forholdet mellem et persuasivt angreb og forsvar.

Som det anvendes her, er en "strategi" et abstrakt eller generelt begreb, der repræsenterer et mål eller en effekt, som taleren søger efter at opnå. En ytring operationaliserer en given strategi⁵³ og kan siges at være et specifikt eksempel på denne strategi. Strategier er således abstrakte repræsentationer af relationen mellem sprogbug og mål eller effekter. Som diskuteret tidligere har retorer mål, og de mener (eller håber i det mindste), at den rette tale kan hjælpe med at nå disse mål. En strategi repræsenterer altså det diskursive skæringspunkt mellem de mål, som en retor ønsker at nå, og de effekter, som finder sted hos publikum.

Strategier kan naturligtvis operationaliseres i talen på mange forskellige måder,

53 Se for eksempel J.W. Bowers, D.J. Ochs & R.J. Jensen. *The rhetoric of agitation and control* (Waveland, 1993).

hvad der kan gøre det vanskeligt at identificere dem. Talere kan for eksempel undlade eksplicit at bemærke, at “Jeg forsøger at flytte skylden her”. Jeg vil påstå, at den fælles viden og erfaring, som kritikere, retorer og publikum deler, gør en identifikation af ytringer mulig. Der findes fingerpeg, som en analytiker kan anvende til at identificere en ytring som et eksempel på en strategi. Kritikeren kan arbejde ud fra retorens perspektiv og se på det retoriske problem, som retoren står over for, og spekulere over, hvordan en ytring kan have været intenderet af retoren for at løse dette problem (nå mål, som retoren ønsker at nå). Kritikeren kan også arbejde ud fra publikums synspunkt og spekulere over, hvordan tilhørerne vil reagere på (eller blive påvirket af) en given ytring i denne situation. Endvidere kan retoren undertiden i sin tale give et fingerpeg, der kan hjælpe til med at klassificere ytringen (den første del af ytringen – ”Lad mig fortælle dig, hvorfor dette problem ikke er så slemt: det sker kun under ganske usædvanlige omstændigheder, som sjældent optræder” – kan for eksempel opfattes som en indikation på, at taleren forsøger at minimere problemet). Det kan godt være, at det ikke er muligt at identificere en ytring med absolut sikkerhed, men brugen af et eller flere af disse signaler (retorens mål; publikums reaktioner; diskusive signaler) tillader kritikeren at komme med rimelige argumenter vedrørende klassifikationen af ytringer som eksempler på disse strategier.

Imagegenoprettelse og publikum

Det er vigtigt at bemærke, at imagegenoprettelse handler om *opfattelser*. Aktøren svarer igen på en opfattet trussel mod sin karakter. Disse angreb bliver vigtige for aktøren, når en gruppe af mennesker (publikum), som betyder noget for retoren, mener, at de reducerer retorens omdømme. Som Tedeschi & Reiss formulerer det, ”I centrum for forståelsen af, at man står over for en vanskelig situation, er opfattelsen af, at andre tilskriver én årsagen og ansvaret for den pågældende begivenhed”⁵⁴. Naturligvis kan det forholde sig sådan, at *retorens opfattelse* af publikums image af retoren ikke svarer direkte til *publikums aktuelle opfattelse* af retorens image. Men retorens opfattelse af publikums reaktioner på et angreb er alt, hvad han eller hun behøver for at fremkalde og styre et forsøg på imagegenoprettelse. Når kritikere således forsøger at forstå retorens opfattelse af og svar på et angreb, må de se det fra retorens synspunkt, retorens opfattelse af publikums mening. Hvis kritikeren vælger at vurdere forsvarsdiskursens succes eller effektivitet i forhold til at genoprette retorens omdømme hos publikum, må kritikeren naturligvis også se på publikums aktuelle opfattelse af retoren, før og efter forsøget på imagegenoprettelse, hvis muligt.

Denne analyse fører til ideen om, at der i en vis forstand er mindst to ”publikummer” for et givet forsøg på imagegenoprettelse. Apoloetikereren henvender sig til et *eksternt publikum*, der består af de mennesker, over for hvem det er vigtigst, at den anklagede genopretter sit image. Dette eksterne publikum kan optræde på tre for-

54 J.T. Tedeschi, & M.Reiss, “Verbal strategies in impression management”, i: C. Antaki (red.): *The psychology of ordinary explanations of social behavior* (Academic Press, 1981): 271.

skellige måder. For det første kan det udelukkende bestå af den person, som protesterede imod apologetikerens adfærd. Hvis Mary f.eks. kritiserer sin mand Joe, kan Joe ønske at genoprette Marys indtryk af ham (og kun bekymre sig om hendes opfattelser af ham). Her forsøger retoren at genoprette det omdømme, han har hos den person, som anklager ham. For det andet kan Pat kritisere Chris over for nogle kolleger, og Chris ønsker at genoprette opfattelsen af ham hos både Pat og de kolleger, som er opmærksomme på anklagen. En tredje og sidste form for eksternt publikum optræder, når en tredje part retter anklagen over for en relevant gruppe. Hvis en aktivist f.eks. protesterer imod en virksomhed, kan virksomhedens talsmand ønske at berolige kunder (og/eller aktionærer), men være fuldstændig (eller meget) ubekymret om, hvorvidt aktivisten bliver overbevist af dette forsøg på imagegenoprettelse. I dette tredje tilfælde bekymrer retoren sig mere om at genoprette sit omdømme hos nogle af dem, som er opmærksomme på anklagen, end hos den, som anklager. Det er vigtigt at forstå, at den, som anklager en apologetiker, både kan være og ikke være del af det publikum, som forsøget på imagegenoprettelse er rettet mod. Retorer kan tilsvarende først og fremmest bekymre sig om deres omdømme hos ofre, eller hos et andet publikum, eller begge dele.

Men en fejlagtig handling vil formodentlig bevirke, at retoren har det dårligt med sig selv (han eller hun er måske forlegen). I så fald kan vi i en vis forstand betragte retoren selv som et andet (*internt*) publikum, og de (bort)forklaringer, han eller hun udtrykker i ord, vil måske – måske ikke – få retoren til at have det bedre med sig selv. Snyder & Higgins giver en gennemgang af faglitteraturen om bortforklaringers effekt på apologetikere og skriver, at ”Givet den centrale rolle, som bevarelsen af ens selvagtelse antages at have for bortforklaringer, er det overraskende, at kun et enkelt studie direkte har beskæftiget sig med denne problemstilling”⁵⁵. McFarland & Ross gør opmærksom på, at en bortforklaring kan hjælpe på selvagtelsen,⁵⁶ og Snyder & Higgins beretter om vidnesbyrd fra andre studier om, at ”bortforklaringer har velgørende konsekvenser for følelser, ydeevne og helbred”⁵⁷. Et imageforsvar kan altså have en effekt på både anklageren (der måske – måske ikke – er ofret for den krænkende handling), på et andet publikum (hvis der er et andet publikum som f.eks. kunder eller aktionærer) og på retoren, som formulerer forsvaret.

Imagegenoprettelse har desuden at gøre med publikums virkelighedsopfattelse, der kan være forskellig fra virkeligheden. En retor, som er uskyldig, kan anvende den kendsgerning, at han eller hun ikke begik den krænkende handling, som del af et forsvar; de personer, som er uskyldige, kan forhåbentlig overbevise publikum om, at det er tilfældet. Det er desværre muligt, at den anklagede er uskyldig, men at intet af det, han eller hun siger eller gør, vil overbevise publikum om manglen på skyld. Vi kan håbe, at virkeligheden vil ”overtrumfe” opfattelserne, og at den uskyldige vil blive forsvaret. Men det er også muligt, at retorer, som er skyldige, vil lyve

55 C.R. Snyder & R.L. Higgins, “Excuses: Their effective role in the negotiation of reality”, i: *Psychological Bulletin* 104 (1988): 24.

56 C. McFarland & M. Ross, “Impact of causal attributions on affective reactions to success and failure”, i: *Journal of Personality and Social Psychology* 43 (1982).

57 Snyder & Higgins, “Excuses”: 29.

og overbevise publikum om, at de ikke begik de krænkende handlinger, som de retteligen er ansvarlige for. Virkeligheden er ikke irrelevant for imagegenoprettelse, men imagegenoprettelse handler om opfattelser af virkeligheden.

Relationen mellem angreb og forsvar

Ryan fremhæver vigtigheden af at forstå imagegenoprettelsesbegivenheder inden for den kontekst af de specifikke angreb (*kategoria*), der fremkaldte ansigtsgenoprettelsesarbejdet.⁵⁸ Dette ikke for at sige, at man fuldstændig har ignoreret angreb for Ryans artikel. Men han var den første til eksplicit at bekendtgøre vigtigheden af begrebet om *speech set*. Hvordan behandler teorien om imagegenoprettelse angreb?

Ryan har naturligvis ret, når han hævder, at ”kritikeren ikke fuldt ud kan forstå en anklage eller en undskyldning uden at behandle dem begge”⁵⁹. Selv om han angiver, at der findes to typer af anklager (mod en politik og mod en karakter) og tre *stases* vedrørende kendsgerninger – definition, kvalitet og jurisdiktion – (og relaterer dem til Ware & Linkugels fire strategier), diskuterer han ikke *forholdet* mellem anklage og forsvar. Apologetikeren kan f.eks. vælge at svare eller ikke at svare igen på (nogle af eller alle) angrebene. Det kan synes indlysende, at en retor, der ignorerer nærmere enkeltheder ved angrebet, ikke kan have meget håb om, at det vil lykkes for ham eller hende, men en nærmere analyse viser, at dette ikke altid er tilfældet.

For det første er det muligt at omdefinere angrebet (f.eks. at skifte fra politik til karakter, eller fra et angreb på ét emne til et angreb på et andet emne). Huxman & Linkugel hævder f.eks., at Huey Long forsøgte at skifte fra anklager vedrørende politik i general Hugh Johnsons *kategoria* til anklager vedrørende karakter, der var lettere for ham at håndtere.⁶⁰ Edward Kennedy afslørede, at han havde erkendt sig skyldig i anklagen om, at han havde forladt uhedsstedet, hvad der hjalp ham med at omforme et forsvar af handlinger til et forsvar af karakter.⁶¹ Hvis det lykkes retoren at omforme anklagerne, vil han eller hun ikke svare igen på dem, sådan som de oprindeligt var formuleret. Dette kan nogle gange være en effektiv valgmulighed.

I stedet for at ændre anklagen kan apologetikeren forsøge sig med at rette opmærksomheden mod helt andre emner (som Reagan forsøgte at flytte opmærksomheden væk fra våbenhandlen⁶², eller som Nixon forsøgte at flytte fokus væk fra Watergate⁶³). Selv om denne manøvre ikke altid virker, eller kun virker én gang, er det en mulighed. Hvis det lykkes retoren at rette publikums opmærksomhed mod

58 Ryan, “Kategoria and apologia”.

59 Ryan, “Kategoria and apologia”: 254.

60 S.S. Huxman & W.A. Linkugel, “Accusations and apologies from a general, a senator, and a priest”, i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies* (Greenwood, 1988).

61 W.L. Benoit, “Senator Edward M. Kennedy and the Chappaquiddick tragedy”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*.

62 Heisey, D.R. “President Ronald Reagan’s apologia on the Iran-Contra affair”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*.

63 W.L. Benoit, “Richard M. Nixon’s rhetorical strategies in his public statements on Watergate”, i: *Southern Speech Communication Journal* 47 (1982).

noget andet, kan han eller hun godt have held med at ignorere nogle af eller alle anklagerne.

Endvidere er det muligt, at ikke alle aspekterne af anklagen er lige vigtige for publikum. Det kan f.eks. være til den anklagedes fordel, at han eller hun ikke automatisk svarer igen på alle angreb, men koncentrerer sig om de angreb, som betyder mest for publikum. Det kan være spild af tid eller ligefrem irriterende at dvæle ved angreb, som ikke betyder noget for publikum. Dertil kommer, at publikum kan have glemt nogle af anklagerne, efter at den anklagede har svaret igen. Selv om Ryan har ret i, at kritikeren også skal se på anklagerne, må læserne ikke bare drage den slutning, at dette betyder, at retoren nødvendigvis må svare igen på (alle) anklagerne.

Det er også muligt, at der ikke er nogen klar anklage. Anklagen kan blive rejst i al almindelighed, f.eks. i medierne, snarere end fra en retors eksplicitte *kategoria*.⁶⁴ I sådanne tilfælde kan ”angrebet” stadig være vigtigt, men vanskeligere for kritikeren eller analytikeren at udpege.

Det er værd at bemærke, at adskillige analyser har vist, at angreb og forsvar kan gribe ind i hinanden.⁶⁵ Dette synes i særlig grad at være sandsynligt under en række af udvekslinger som f.eks. en politisk valgkampagne. Når det sker, kan det være uhensigtsmæssig at kalde den ene diskurs for ”kategoria” eller angreb og den anden for ”apologia” eller forsvar. En af de imagegenoprettelsesstrategier, som foreslås her, er jo netop at angribe anklageren (anklagerne). Hvornår end situationen opstår, vil der være elementer af angreb og forsvar i mindst én af nøglediskurserne og meget sandsynligt i dem begge. I sådanne tilfælde bør analytikeren undersøge anklagerne og svarene, sådan som de optræder i diskursen, snarere end at forsøge at karakterisere en given diskurs som enten et angreb eller et forsvar.

Det skal bemærkes, at de strategier, som er skitseret her, kan fungere lige så godt ved en forebyggende *apologia*, hvor retoren forsøger at tage gassen af en foregribet kritik. Her ville forsvaret optræde før angrebet og på denne måde komplicere forholdet mellem *kategoria* og *apologia*. Hvis et forebyggende forsvar lykkedes fuldt ud, ville der slet ikke komme noget angreb. I dette eksempel ”svarer” retoren igen på foregribne anklager snarere end på aktuelle anklager. Selv om teorien om imagegenoprettelse anerkender vigtigheden af at inddrage anklagerne, som Ryan anbefaler, så er forholdet mellem angreb og forsvar komplekst.

Forståelsen af et persuasivt angrebs grundlæggende natur kan som tidligere foreslået hjælpe os med at forklare, hvordan (mange) forsvarsstrategier fungerer. Et persuasivt angreb består af to grundelementer: der udpeges en krænkende handling, og målet for angrebet må gøres ansvarlig for denne handling. Hvis handlingen ikke

64 Se for eksempel Benoit, ”Senator Edward M. Kennedy and the Chappaquiddick tragedy” om Edward Kennedys Chappaquiddick-tale; B.L. Brock, ”Gerald R. Ford encounters Richard Nixon’s legacy: On amnesty and the pardon”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*, om præsident Fords benådelse; eller H.R. Ryan, ”Senator Richard M. Nixon’s apology for ‘The fund’”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*, om Nixons ”Checkers”-tale.

65 Se for eksempel G.N. Dionisopoulos & S. L. Vibbert, ”CBS vs. Mobil Oil: Charges of creative bookkeeping in 1979”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*; eller T.M. Lessl, ”The Scopes trial: ‘Darrow vs. Bryan’ vs. ‘Bryan vs. Darrow’”, i: Ryan (red.), *Oratorical encounters*.

opfattes som krænkende, burde målets omdømme ikke lide skade. Imagegenoprettelsesstrategier genopretter altså et image ved at benægte, at retoren udførte handlingen (eller ved at reducere det opfattede ansvar for denne handling) og ved at reducere den tilsyneladende krænkende karakter ved handlingen. Forståelsen af det persuasive angrebs natur hjælper os altså med at forstå det persuasive forsvar.

Litteratur:

- Alberts, J. K. "An analysis of couples' conversational complaints", *Communication Monographs* 55 (1988): 184-197.
- Alberts, J.K. "A descriptive taxonomy of couples' complaint interactions", i: *Southern Speech Communication Journal* 54 (1989): 125-143.
- Andersen, K., & T. Clevenger "A summary of experimental research in ethos", i: *Speech Monographs* 39 (1963): 59-78.
- "Arafat says tape was doctored: PLO leader purportedly slandered Jews", i: *Columbia Daily Tribune*, February 13, 1992, 4A.
- Aristoteles. *Retorik* (overs. T. Hastrup). Museum Tusulanums Forlag, 1983.
- Barringer, F. "Ex-chief of United Way vows to fight accusations", i: *New York Times*: April 10, 1992, A16.
- Benoit, W.L. "Richard M. Nixon's rhetorical strategies in his public statements on Watergate", i: *Southern Speech Communication Journal* 47 (1982): 192-211.
- Benoit, W.L. "Senator Edward M. Kennedy and the Chappaquiddick tragedy", i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 187-200. Greenwood, 1988.
- Benoit, W.L. "A cognitive response analysis of source credibility", i: B. Dervin & M.J. Voigt (red.), *Progress in communication sciences*: vol. X, 1-19. Ablex, 1991.
- Benoit, W.L. & J.J. Lindsey. "Argument strategies: Antidote to Tylenol's poisoned image", i: *Journal of the American Forensic Association* 23 (1987): 136-146.
- Bitzer, L.F. "The rhetorical situation", *Philosophy & Rhetoric* 1 (1968): 1-14.
- Bowers, J. W. D.J. Ochs & R.J. Jensen. *The rhetoric of agitation and control*. Waveland, 1993.
- Brock, B.L. "Gerald R. Ford encounters Richard Nixon's legacy: On amnesty and the pardon", i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 227-240), Greenwood, 1988.
- Brown, P. & S.Levinson "Universals in language usage: Politeness phenomena", i: E. Goody (red.), *Questions and politeness: Strategies in social interaction*: 56-310. Cambridge University Press, 1978.
- Burke, K. "Dramatism", i: D.L. Sills (red.), *International encyclopedia of the social sciences*: vol. 7, 445-452. Macmillan and Free Press, 1968.
- Burke, K. *The rhetoric of religion*. University of California Press, 1970.
- Burke, K. *The philosophy of literary form*. University of California Press, 1973.
- Clark, H.H., & E.V.Clark. *Psychology and language*. Harcourt, Brace, Jovanovich, 1977.
- Clark, R.A., & J.G. Delia. "Topoi and rhetorical competence", i: *Quarterly Journal of Speech* 65 (1979): 187-206.
- Craig, R.T. "Goals in discourse", i: D.G. Ellis & W.A. Donohue (red.), *Contemporary issues in language and discourse processes*: 257-273. Lawrence Erlbaum, 1986.

- Dionisopoulos, G.N. & S. L.Vibbert. "CBS vs. Mobil Oil: Charges of creative bookkeeping in 1979"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 241-252. Greenwood, 1988.
- Fisher, W.R. "A motive view of communication"; i: *Quarterly Journal of Speech* 56 (1970): 131-139.
- Goffman, E. *On face-work. Interaction ritual*. Anchor Books, 1967.
- Goffman, E. "Remedial interchanges"; i: *Relations in public: Microstudies of the public order*: 95-187. Harper & Row, 1971.
- Gold, E.R. "Political apologia: The ritual of self-defense"; i: *Communication Monographs* 46 (1978): 306-316.
- Haapanen, L.W. "Nikita S. Khrushchev vs. Dwight D. Eisenhower"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 137-152. Greenwood, 1988.
- Hample, D. "Writing mindlessly"; i: *Communication Monographs* 59 (1992): 315-323.
- Harrell, J., B.L.Ware & W.A. Linkugel. "Failure of apology in American politics: Nixon on watergate"; *Speech Monographs* 42 (1975): 245-261.
- Heisey, D.R. "President Ronald Reagan's apologia on the Iran-Contra affair"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 281-305. Greenwood, 1988.
- Huxman, S.S., & W.A. Linkugel. "Accusations and apologies from a general, a senator, and a priest"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 29-52. Greenwood, 1988.
- Isokrates. *Antidosis*. Harvard University Press, Loeb Classical Library. Vol. 1, 1976.
- Lessl, T.M. "The Scopes trial: 'Darrow vs. Bryan' vs. 'Bryan vs. Darrow'"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 17-28. Greenwood, 1988.
- Littlejohn, S.W. "A bibliography of studies related to variables of source credibility"; i: *Bibliographic Annual in Speech Communication* 2 (1971): 1-40.
- McLaughlin, M.L, M.J. Cody & H.D. O'Hair. "The management of failure events: Some contextual determinants of accounting behavior"; i: *Human Communication Research* 9 (1983): 208-224.
- McLaughlin, M.L., M.J. Cody & N.E.Rosenstein. "Account sequences in conversation between strangers"; i: *Communication Monographs* 50 (1983): 102-125.
- Miller, C.B. "Genre as social action"; i: *Quarterly Journal of Speech* 70 (1984): 151-167.
- Modigliani, A. "Embarrassment, facework, and eye contact: Testing a theory of embarrassment"; i: *Journal of Personality and Social Psychology* 17 (1971): 15-24.
- Morris, G.H. "Finding fault"; i: *Journal of Language and Social Psychology* 7 (1988): 1-25.
- Pomerantz, A. "Attributions of responsibility: Blamings"; i: *Sociology* 12 (1978): 115-121.
- Reusch, J. & Bateson, G. *Communication: The social matrix of psychiatry*. Norton, 1951.
- Richards, I.A. *Philosophy of rhetoric*, Oxford University Press, 1936.
- Rosenfield, L. W. "A case study in speech criticism: The Nixon-Truman analog"; i: *Speech Monographs* 35 (1968): 435-450.
- Ryan, H.R. "Kategoria and apologia: On their rhetorical criticism as a speech set"; i: *Quarterly Journal of Speech* 68 (1982): 254-261.
- Ryan, H.R. "Senator Richard M. Nixon's apology for 'The fund'"; i: H.R. Ryan (red.), *Oratorical encounters: Selected studies and sources of twentieth-century political accusations and apologies*: 99-120. Greenwood, 1988.
- Schlenker, B. R. *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Brooks/Cole, 1980.
- Schneider, W. & R.M. Shiffrin. "Controlled and automatic human information processing: I. Detection, search, and attention"; i: *Psychological Review* 84 (1977): 1-66.
- Schonbach P. "A category system for account phases"; i: *European Journal of Social Psychology* 10 (1980): 195-200.
- Schonbach, P. *Account episodes: The management or escalation of conflict*. Cambridge University Press, 1990.

- Scott, M.H. & S.M. Lyman. "Accounts", *American Sociological Review* 33 (1968): 46-62.
- Scott, R.L. "Intentionality in the rhetorical process"; i: E. E. White (red.), *Rhetoric in transition: Studies in the nature and uses of rhetoric*: 39-60, Pennsylvania State University Press, 1980.
- Semin, G.R., & A.S.R. Manstead. *The accountability of conduct: A social psychological analysis*, Academic Press, 1983.
- Shiffrin, R.M. & W. Schneider. "Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending, and a general theory" i: *Psychological Review* 84 (1977): 127-190.
- Snyder, C.R., & R.L. Higgins. "Excuses: Their effective role in the negotiation of reality", i: *Psychological Bulletin* 104 (1988): 23-35.
- Snyder, C. R., R.L.Higgins & R.J.Stucky. *Excuses: Masquerades in search of grace*, John Wiley, 1983.
- Sykes, G.M., & D. Matza. "Techniques of neutralization: A theory of delinquency", *American Sociological Review* 22 (1957): 664-670.
- Tedeschi, J. T., & M.Reiss "Verbal strategies in impression management"; i: C. Antaki (red.): *The psychology of ordinary explanations of social behavior*: 271-326, Academic Press, 1981.
- Vangelisti, A.L., J.A.Daly & J.R.Rudnick. "Making people feel guilty in conversations: Techniques and correlates", *Human Communication Research* 18 (1991): 3-39.
- Von Wright, G. H. *Explanation and understanding*, Routledge & Kegan Paul, 1971.
- Ware, B.L. & W.A. Linkugel. "They spoke in defense of themselves: On the generic criticism of apology", i: *Quarterly Journal of Speech* 59 (1973): 273-283.
- Watzlawik, P., J.H. Beavin & D. D. Jackson. *Pragmatics of human communication*, Norton, 1967.