

OM VIKTNING AV ARGUMENT

”OVERALL PÅ!”

av Barbro Wallgren Hemlin

Som småbarnsförälder sätts man dagligen på svåra retoriska prov. Det kan handla om att avvärja listigt utformade försök att driva igenom inköp av fler Pokémon-kort eller försök att skapa underlag för ökad godisättning, men minst lika ofta handlar det också om att själv som förälder försöka driva sin vilja igenom. Vintertid rör dessa vardagliga debatter inte sällan kläder. Få är de barn som godvilligt och följsamt bejakar och omedelbart efterföljer en tes som: Overall på!

I den text som här följer skall vi ta vår utgångspunkt i en i mitt liv återkommande situation, där jag på morgonen, i hallen, under tidspress, på väg till dagis och skola driver ovanstående tes. Vi skall med utgångspunkt i den traditionella argumentanalysens begreppsapparat kombinerad med retorikens tre så kallade *bevistyper* analysera de argument som vanligtvis blir aktuella i den ovan beskrivna situationen. (Ang. begreppsanvändningen, se slutkommentar).

Avsikten är att dels belysa hur man kan gå till väga när man viktat argument, det vill säga bedömer om de är starka eller svaga, dels lyfta fram betydelsen av att alltid föra bedömningen av ett arguments vikt längre än till bedömningen av argumentet i sig. För att få en uppfattning om ett arguments sannolika verkan i en viss situation måste viktbedömningen inkludera också en analys av den tilltänkta mottagarens möjliga reaktion.

RETORIKENS BEVISTYPER

Innan vi ger oss in i hallen och debatten om overallen skall vi återknyta till retorikens tre bevistyper, *ethos*, *logos* och *pathos*, för att därefter i overallsammanhanget försöka knyta dem samman med den traditionella argumentationsanalysens begreppsapparat.

Ethos, *logos* och *pathos* kan enklast definieras som auktoritets-, respektive förnufts- och känslorargument (eller *bevisning*, detta ord används inom retoriken ofta synonymt med *argument*). När man i blöjreklam låter en mamma och barnsjuksköterska träda fram som garant för blöjans förträfflig-

het använder man sig av *ethos*bevisning, när man lägger fram att blöjan suger upp mycket vätska, av *logos*bevisning, och när man hänvisar till att lille Johan blir så glad när han har just denna blöja på sig, av *pathos*bevisning. Eller snarare – exemplen visar på fall där man använder sig av argument som *främst* är av en av de tre typerna. För i praktiken visar det sig att de flesta argument innehåller drag av mer än en bevistyp och, inte minst, att alla argument ytterst vilar på bevistypen *ethos*, det vill säga på auktoriteten hos den som lägger fram argumenten.

Att bevistyperna ofta förekommer ihop i ett och samma argument kan vi se om vi till stöd för tesen ”Rök inte!” lägger fram ett av de mest självklara argumenten: ”Du kan få cancer!”. Om vi analyserar detta argument med de klassiska bevistyperna som utgångspunkt kommer vi snabbt fram till att det inte kan sägas tillhöra en eller ens två av typerna, utan faktiskt i lika stor utsträckning tillhör alla tre. Vi tror på argumentet därför att vårt förnuft säger oss att det är sannolikt, eller *hållbart*, men vi bygger vår förnuftsmässiga övertygelse på att trovärdiga, kompetenta personer genom vetenskapliga undersökningar har bevisat för oss att det finns ett samband mellan rökning och cancer, det vill säga vår förnuftsmässiga övertygelse bygger på *ethos*bevisning. Samtidigt är argumentet förstås fyllt av *pathos* – vi är rädda för sjukdom och död och ordet *cancer* är för de flesta människor laddat med skräck.

Alla bevistyperna samverkar alltså i argumentet, men ändå är det inte alls säkert att ”Du kan få cancer!” är ett verksamt argument. Då jag vid en föreläsning för gymnastiklärare tog upp exemplet, framhöll dessa att det givetvis är deras plikt att tala om de allvarliga hälsoriskerna med rökning, men att det inte alls är de argumenten som är effektiva när det gäller att övertyga elever i en högstadielklass. Istället hävdade de att argument som ”Rökning ger dig dålig hy!”, ”Rökning gör att du luktar illa!”, ”Rökning ger dålig andedräkt!” eller ”Rökning kan göra dig mindre potent!” var betydligt mer verksamma. Och vad det handlar om är förstås vem mot-

- Som avslutning på RetorikMagasinets serie om argumentation ser vi på den traditionella argumentationsanalysen. Barbro Wallgren Hemlin presenterar här begreppen *relevans* och *acceptans* – med utgångspunkt i en för föräldrar välbekant situation.

tagaren är, om att ett argument späckat av *ethos*, *logos* och *pathos* helt kan föfela sin verkan om mottagargruppen inte uppfattar det som *relevant*.

TRADITIONELLA BEVIS

I ovanstående resonemang har vi kommit in på de viktiga begreppen *sannolikhet* eller *hållbarhet* och *relevans* som är centrala inslag i den traditionella argumentationsanalysens begreppsapparat. Medan retoriken räknar med tre huvudtyper av argument, räknar den traditionella argumentanalysen bara med två – *sakargument* och *värdeargument*.

Sakargument är sådana argument som har ett sannings- eller sannolikhetsvärde, medan *värdeargument* är sådana som uttrycker en värdering eller en rekommendation som inte kan sägas vara sannolik eller sann, utan endast är ett uttryck för en åsikt. Med utgångspunkt i rökningsexemplet ovan kan vi konstatera att ”Du kan få cancer!” är ett tydligt sakargument, det är sannolikt att du kan få det, medan till exempel ”Rökning gör att du luktar illa!” är ett tydligt värdeargument, det ger uttryck för en värdering, men troligen en som omfattas av många. Klassificeringen är dock inte alltid lika självklar som i dessa båda exempel, ett argument kan ha drag av båda argumenttyperna.

I det förra fallet, när det gäller *sakargumenten* kan vi således ta ställning till vad man kallar *hållbarheten* hos argumentet, det vill säga om det är *sant* eller *sannolikt*. I det senare, när det gäller *värdeargumenten*, handlar det om *acceptansen* hos argumentet, dvs. om huruvida vi som mottagare omfattar den värdering eller åsikt som uttrycks i argumentet. Bedömningen av *hållbarhet* respektive *acceptans* hos ett argument utgör en del i proceduren att *vikta* ett argument, det vill säga i att avgöra om argumentet är starkt och bra eller svagt och dåligt.

Den andra delen i viktningen utgörs av en bedömning av *relevansen* hos argumentet. När det gällde rökexemplet ovan konstaterade vi att argumentet ”Du kan få cancer!” enligt gymnastiklärare inte är ett särskilt bra argument i en grupp av högstadiel elever, eftersom sjukdom och död för dem är så avlägset i tid. Med andra ord, argumentet är inte *relevant*. Med begreppet *relevans* avser vi *hur starkt sambandet mellan tes och argument är*. Vid relevansbedömningen frågar man sig: ”Om det nu är så att man kan få cancer av rökning, är det då ett starkt skäl för att jag inte skall röka?” De flesta vuxna

människor skulle förmodligen svara ja på denna fråga och argumentet skulle således vara relevant (fast i praktiken visar väl antalet rökare att det inte alls ses som tillräckligt relevant ens bland vuxna), medan det för elever i en högstadielklass inte skulle framstå som särskilt relevant.

Och vid all argumentation är det förstas mottagarens reaktion som avgör om ett argument är effektivt eller inte. Därför räcker det inte med att bedöma relevansen utifrån sitt eget eller sina likars perspektiv, utan det är den avsedde mottagarens reaktion som är avgörande.

Vi skulle därför kunna sätta upp en enkel och funktionell viktningmodell enligt följande. (Vi håller oss nu till argumentationsanalysens modell, med två typer av huvudargument. Retorikens variant skall vi strax återkomma till.)

En modell för viktning av argument:

Sakargument:

- | | |
|---|---|
| <p>Hållbarhet:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hur sant eller sannolikt är argumentet? 2. Hur sant eller sannolikt anser mottagaren att argumentet är? | <p>Relevans:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hur starkt är sambandet mellan tes och argument? 2. Hur starkt anser mottagaren att sambandet är? |
|---|---|

Värdeargument:

- | | |
|--|--|
| <p>Acceptans:</p> <p>Hur starkt instämmer mottagaren?</p> | <p>Relevans:</p> <p>... som vid sakargument</p> |
|--|--|

Dessutom behöver vi vid bedömningen ytterligare ett begrepp, nämligen *premiss*. Detta begrepp definierar vi här på följande sätt:

Premiss:

Ett förhållande som måste gälla för att argumentet skall vara hållbart, acceptabelt eller relevant = utsagda argument.

ARGUMENT I PRAKTIKEN

För att förtydliga hela resonemanget ger vi oss nu in i den vardagliga situation som skisserades ovan. Vi står i min hall

på morgonen och min avsikt är att sonen Klas, vid det här tillfället 4 år, ska förmås ta på sig overallen. Han vill inte, utan vill istället ta jackan. Så tar argumentationen sin början. Tesen från min sida är tydlig: Overall på!

Mitt första argument blir det för modern självklara: "Det är kallt ute!" Vi sätter upp detta som argument 1 och gör en viktbedömning av det. Den första bedömningen som skall göras är om argumentet är ett *sak-* eller *värdeargument*. Klassificeringen är inte helt självklar. *Kallt* är ett *vagt* uttryck, dvs. dess *betydelseomfång* är inte tydligt avgränsat. Vad betyder *kallt*? På sommaren är +9°C kallt för de flesta svenskar, men i det här aktuella fallet är det vinter och det fordras större kyla för att vi skall anse att det är kallt. Dessutom har *kallt* i det här fallet en svagt negativ värdeladdning. Man skulle kunna argumentera för att argument 1 är ett värdeargument, ett uttryck för en åsikt.

Men om vi inför en *premiss*, -10°C, som preciserar hur kallt det faktiskt är, kan vi tillskriva argument 1 ett sannolikhets- eller kanske till och med sanningsvärde. Vi klassificerar det därför som sakargument och gör som nästa steg i viktningen en bedömning av *hållbarheten*. Med premissen -10°C införd kan de flesta av oss vi betrakta argumentet som hållbart – det är sant att det är kallt.

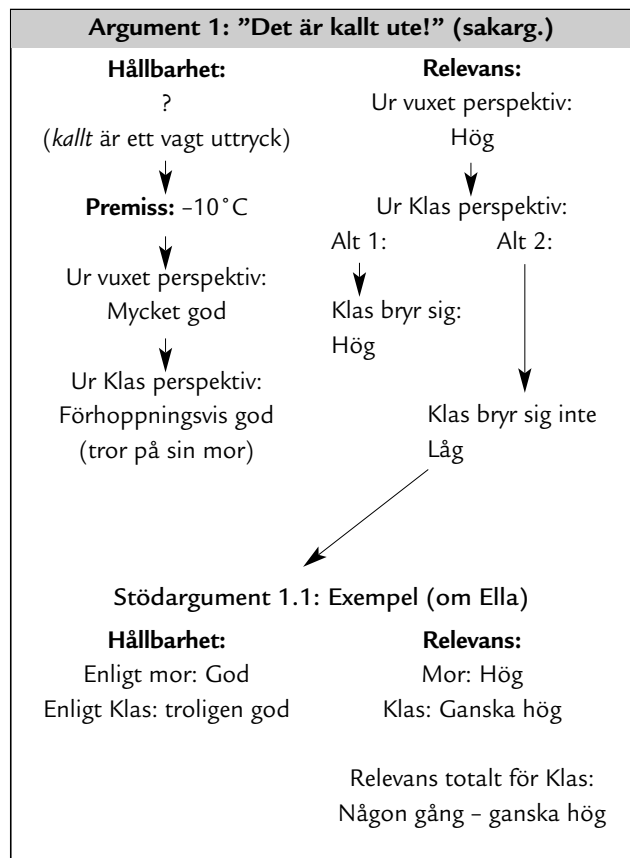
För att argumentet verkligen skall fungera fordras emellertid att också mottagaren anser att argumentet är sant. I det här fallet blir jag möjligen tvungen att föra in stödargument för att Klas ska tro på att det är kallt. Jag skulle kunna föra fram *premissen* -10°C som *stödargument* (det vill säga att låta premissen, det utsagda argumentet, bli ett utsagt argument) och säga: "Ta på dig overallen. Det är kallt ute, - 10 grader", men det är inte troligt att det skulle fungera, eftersom Klas värld i väderavseende ännu inte är strukturerad efter temperaturangivelser. En annan möjlighet skulle kunna vara att öppna balkongdörren och låta honom känna själv att det är kallt. En tredje att hoppas på att han tror på vad hans mamma säger.

Men även om han nu skulle tro på att det är kallt, det vill säga godkänna argumentets hållbarhetssida, är det ändå inte alls säkert, eller ens troligt, att han godtar argumentet och verkligen tar på sig overallen. För att han ska göra detta måste han också se argumentet som *relevant*.

Bedömningen av relevansen från ett vuxet perspektiv, en moders perspektiv, utfaller givetvis till argumentets fördel. Om det är kallt ute är det ett starkt argument för att ta på sig overallen (eftersom den är ett varmare alternativ än jackan), det vill säga det föreligger ett starkt samband mellan tesen och argumentet. Men när vi tar nästa steg i relevansbedömningen och sätter argumentet i relation till mottagaren, i det här fallet Klas som är 4 år gammal, blir utfallet ett annat. Med Klas som mottagare blir relevansen osäker, det är inte helt otroligt att han helt nonchalerar argumentet och framhärdar i sin uppfattning – det är jackan som ska på. Och även om han skulle se att argumentet är

relevant, se att det finns ett samband mellan overaller och kyla, är det ändå inte säkert att argumentet är verksamt, eftersom han helt enkelt kan låta bli att bry sig om det. I en relevansbedömning kommer man till sist alltid dit hän – mottagaren kan se att argumentet är både hållbart och relevant, men i slutändan ändå inte bry sig om det skäl som läggs fram.

Men om argumentet inte får någon verkan, dvs. om Klas inte ser det som relevant, behöver jag dock inte genast ge tappt. Istället kan jag, liksom i fallet med hållbarheten hos argumentet (se ovan), försöka förstärka relevansen genom att införa någon form av stödargument. I det här fallet väljer jag det *understödjande exemplet* och påminner Klas om hur det var i förra veckan när vi gick hem från Ella sent på kvällen och han inte hade overallen på utan jackan istället, och om hur han då frös och grät och kände sig eländig. Om jag i en sådan exemplifiering lyckas tillräckligt väl med att göra historien både sannolik och tillräckligt uppenbart kopplad till den aktuella frågan om sambandet mellan kylan och overallen, så kanske jag trots allt lyckas få Klas att ta på sig overallen redan i detta tidiga skede. Så sker dock nästan aldrig. Det behövs fler argument. Men innan vi tar upp dem ska vi se hur viktbedömningen av argument 1 kan se ut i schematisk form:



I vissa fall skulle jag alltså kunna lyckas genomdriva min tes redan med detta första argument, men i de flesta fall måste jag fortsätta.



Mitt nästa argument blir då:

ARG. 2. DAVID HAR OVERALL!

För att kunna bedöma detta arguments möjligheter till framgång behöver vi förstås mycket tilläggsinformation (som Klas och jag har), dvs. vi måste veta vilka *premiss* som finns. Men vi kan först konstatera att argumentet är ett sakargument och att det som skall bedömas först är dess *hållbarhet*. För att ge möjlighet till bedömning av hållbarheten hos argumentet ges här följande premisser: David har omdömesgilla föräldrar, David är ett följsamt barn, David brukar ha overall vid kyla, David är ett följsamt barn, David brukar ha overall när det är -10°C osv. Med kännedom om dessa premisser kan vi konstatera att det är sannolikt att David kommer att ha overall, och jag kan säga att det också är troligt att Klas håller det för sannolikt.

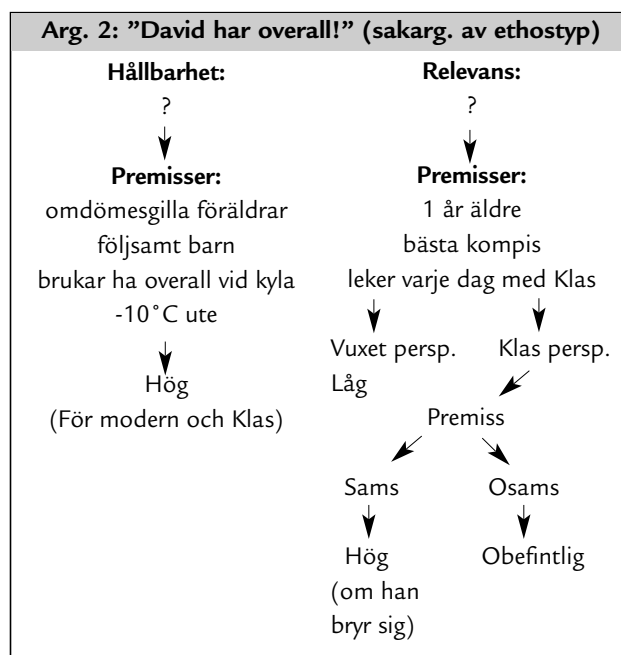
Så kommer vi då till *relevansen*. I det här fallet handlar det om ett auktoritetsargument och om vi anknyter till den klassiska retorikens terminologi kan vi klassificera det som ett *sakargument av främst ethostyp*. Argument 1, "Det är kallt", kan vi på motsvarande sätt klassificera som ett *sakargument av främst logostyp*.

För att andra människors åsikter eller handlingsmönster skall ses som relevanta måste dessa personer förstås ha status eller i bästa fall kunskaper och kompetens av ett slag som gör att vi betraktar deras exempel som förebildligt. I fallet med David måste vi för att kunna bedöma relevansen åter föra in en rad *premiss*. I det här fallet blir de till exempel (det finns alltid ett outtömligt antal premisser): David är ett år äldre än Klas, de är bästa kompisar, de leker varje dag.

Från vårt vuxna perspektiv är argumentet knappast relevant – det föreligger inget starkt samband mellan att overaller ska på och att David har overall på, men för Klas är argumentet relevant och, vet jag, i det flesta fall det bästa jag kan ta till. Men bara i de flesta fall, för situationen måste vägas in – om pojkarna var osams igår kan relevansen vara obefintlig och argumentet kan i värsta fall rent av omvandlas till ett motargument: Om David har overall vill Klas

definitivt inte ha det.

Schematiskt uppställt kan resonemanget se ut så här:



Ibland tar Klas alltså på sig overallen i det här läget, men inte sällan måste jag sträva vidare. Nästa försök blir då:

ARG 3. DET ÄR ONSDAG!

Att vi har att göra med ett *sakargument* är otvetydigt, antingen är det onsdag och då är argumentet *hållbart* eller också är det inte onsdag (vilket skulle betyda att jag ljugar för min lille son) och då är argumentet falskt. I det här fallet är det onsdag (och Klas tror på det, han har lärt sig veckodagarna).

Relevansen förefaller däremot vid en första anblick vara obefintlig. Det finns inget samband mellan overaller och onsdagar – såvitt man inte har extremt mycket utomhusaktiviteter på dagis just på onsdagar. Åter finns det alltså *pre-*

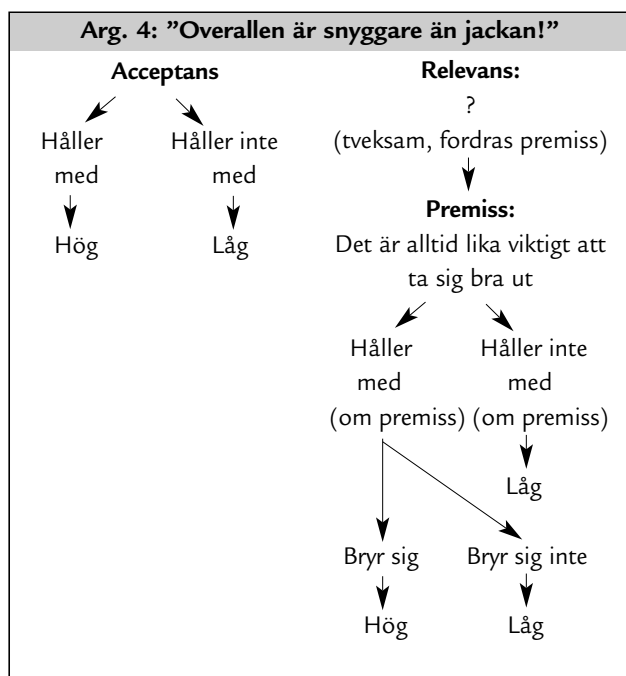
missar, omständigheter, som måste framläggas för att argumentets vikt skall kunna bedömas. Med premissen "extrem utelek på onsdagar" ökar således relevansen för argumentet markant – för en vuxen. Men vi måste åter fråga oss om Klas kommer att tycka att argumentet är relevant, det vill säga om han ser sambandet och om han bryr sig eller inte. Och precis som i det första fallet, när det gällde kylan, kan jag också här, för att höja relevansen hos argumentet, stödja upp det med känslot framkallande exempel som handlar hur eländigt det blev förra veckan när han inte hade overallen på sig på onsdagen osv. Kanske kan jag då, om jag berättar rätt (dvs. de relevanta) detaljerna på ett inlevelsefullt sätt höja relevansen och få på overallen.

Men ofta måste jag gå ett stycke till och nu försöker jag med:

ARG. 4. OVERALLEN ÄR SNYGGARE ÄN JACKAN!

Detta argument är självfallet ett värdeargument, det är inte sant eller sannolikt att overallen är snyggare än jackan, och vad jag kan hoppas på, är att Klas håller med mig, dvs. att argumentet ska få hög *acceptans*. *Relevansen* bedöms på samma sätt som vid sakargumenten.

En schematisk analys kan se ut så här:



Analyserna av de båda sidorna kan se lika ut, men genom att visa på de olika resonemang som blir följden av olika varianter kan vi se att det är olika aspekter av argumentet som bedöms när man talar om *acceptansen* respektive *relevansen* hos argumentet.

Det första alternativet är att responsen blir: Ja, mamma jag håller med dig om att overallen är snyggare än jackan, men det är inte särskilt viktigt hur overallen ser ut. Klas accepterar

värderingen men underkänner argumentets relevans. Den omvända varianten blir: Nej, det håller jag inte med om att den är, men det är alltid viktigt hur man tar sig ut – underkännande av *acceptansen*, men godkännande av *relevansen*. Och så har vi den mest misslyckade varianten: Nej, jag håller inte med dig och dessutom spelar det ingen roll hur man ser ut. Och till sist – den önskade: Ja, lilla mamma, overallen är snyggare än jackan och det är alltid viktigt hur man tar sig ut, så nu tar jag på mig overallen (fast risken finns förstås att han inte tar på sig overallen ändå – för att han inte bryr sig).

Som ett sista försök, när desperationen är nära och klockan har gått långt kan man så tänka sig att jag säger:

ARG. 5 (OVERALL PÅ!) ANNARS BLIR JAG ARG!

Nu är vi alltså framme vid *hoten*. I retoriska termer får vi klassa dessa som främst pathosargument, men vi kan inte se argumentet som ett värdeargument eftersom det har ett sannolikhetsvärde. Det finns en sannolikhet för att jag faktiskt kommer att bli arg, och vi måste således göra en hållbarhetsbedömning. Hur hållbart argumentet är beror av en rad premisser såsom hur ilsknen jag är till min läggning, om jag brukar ilska till i lägen som detta etc. Och på relevanssidan finns premisser som rör hur ofta jag blir arg (om jag är arg nästan jämt spelar det ju ingen roll om jag blir arg nu också), om jag blir mycket arg, om jag är arg länge etc. Men även om premisserna skulle ge argumentet både god hållbarhet och hög relevans finns risken att Klas trots allt inte bryr sig – till det alternativet kommer man, som nämnts, till sist alltid i relevansbedömningen.

I det här fallet rör det sig om ett hot av inte alltför allvarlig natur i den så kallade lilla världen, men samma typ av bedömningar måste förstås göras i alla sammanhang där hot används som påtryckningsmedel. Ett militärt hot som till exempel USA:s om militärt angrepp på Afghanistan efter attackerna mot World Trade Center måste av dem det riktas mot både hållbarhets- och relevansbedömas.

När det gäller argumentationen i hallen kan vi sammanfattningsvis konstatera att de argument jag lägger fram i mina försök att förmå Klas att ta på sig overallen är av olika typ. Vi kan om vi kombinerar de argumentationsanalytiska och de klassiskt retoriska grundtyperna klassificera argumenten enligt följande:

- Arg. 1 Det är kallt! – sakargument av främst logostyp
- Arg. 2 David har overall! – sakargument av främst ethostyp
- Arg. 3 Det är onsdag! – sakargument av främst logostyp
- Arg. 4 Den är snyggare än jackan! – värdeargument av främst pathostyp (men med inslag av både *ethos* och *logos* genom premissen: Det är viktigt att ta sig bra ut)
- Arg. 5 Annars blir jag arg! – sakargument av främst pathostyp



Vi har också sett att argument som ur avsändarens, i det här fallet moderns, perspektiv är relevanta (till exempel ”Det är kallt!”), kan vara helt verkningslösa i den praktiska argumentationen om inte mottagaren, i det här fallet Klas, ser dem som relevanta, liksom att argument som för avsändaren inte är särskilt relevanta (till exempel ”David har overall!”) om omständigheterna är goda (det vill säga i det här fallet om pojkarna är sams) kan bli de mest effektiva argumenten av alla. Men, det skall tilläggas, då fordras det också att även mottagaren och inte bara avsändaren betraktar argumentet som sannolikt (det vill säga i det senare fallet, att även Klas omfattas av tron att David verkligen kommer att ha overall på sig).

Ovanstående resonemang grundar sig i tanken att ett argument för att ha stor vikt skall vara både hållbart och relevant. Om argumentet brister i något av dessa båda avseenden är argumentet ett svagt och dåligt argument. Och så är det givetvis – teoretiskt sett. Ett argument som är absolut sant men helt saknar relevans i sammanhanget är ett dåligt argument. Om jag för tesen ”Overall på!” framlägger argumentet: ”Vi bor i ett hus som är sex våningar högt!” har argumentet visserligen en synnerligen god hållbarhet, påståendet är sant, men det är svårt att hitta de premisser som skulle göra argumentet relevant för tesen. Argumentet är således osedvanligt svagt. Och om jag såsom ovan framlägger argumentet ”Det är kallt ute!” och utomhustemperaturen i själva verket är +30°C är argumentet visserligen relevant (åtminstone från mitt perspektiv) men inte alls hållbart, vilket gör det till ett mycket svagt argument.

EFFEKTIVT – MEN INTE HÅLLBART

I praktiken (ja, inte just när det gäller argument som brister så tydligt som de ovan nämnda) förhåller det sig dock inte sällan på ett annat sätt. I exemplet om rökning ovan framlades ”Du kan få sämre potens!” som ett argument mot rökning. Jag är mycket osäker på om det finns forskning som stöder att rökning skulle inverka menligt på potensen, men ändå uppger vissa lärare att det är ett verksamt argument om man vill få unga män att sluta röka. I det här fallet har vi alltså ett argument som av många ses som mycket relevant, men som har en tveksam hållbarhet. Likväl är det,

enligt lärarna, effektivt, vilket pekar på att det inte är ovanligt att relevansen hos ett argument är det som avgör om det kommer att bli effektivt eller ej. Om människor anser att ett argument är viktigt för dem kommer de inte i nämnvärd utsträckning, särskilt inte om den som lägger fram argumentet ses som en auktoritet (i det här fallet en lärare), att ifrågasätta hållbarheten, dvs. fråga sig om detta är sant eller sannolikt. Men för den som granskar argument är kravet att ett argument för att ha stor vikt skall vara både hållbart (eller för värdeargumenten – acceptabelt) och relevant. Och, för den som själv argumenterar borde kravet väga lika tungt – det är i de flesta fall synnerligen omoraliskt att luras.

Avslutningsvis skall vi åter gå tillbaka till Klas och mig i hallen. Tyvärr slutar debatten i hallen inte sällan med att jackan åker på och overallen hamnar i en påse på vagnen. Och så går vi till dagis och jag anförtror med fullt förtroende den fortsatta debatten åt dagispersonalen. De har ju utbildning och borde veta hur man gör när man argumenterar med små barn.

Läs mer

Litteratur om bl.a. viktning av argument. Några förslag:

Björnsson, Gunnar m.fl. 1994. *Argumentationsanalys*. Stockholm: Natur & Kultur.

Cassirer, Peter [1986] 1993. *Stilistik & Stilanalys*. 2:a uppl. Stockholm: Natur & Kultur.

Hellspong, Lennart & Söderberg, Barbro 1975. *Grepp om språket*. Lund: Studentlitteratur.

Begreppsanvändningen inom det som jag här kallar traditionell argumentationsanalys är dock inte enhetlig. Bl.a. skiljer sig definitioner av begrepp och val av termer åt från handbok till handbok, men grunddragen är ändå gemensamma. Kopplingen till retorikens bevisstyper som jag gör i den här texten är dock inte gängse, utan får ses som mitt tillägg till analysmodellen.

Om artikelförfattaren

Barbro Wallgren Hemlin, ph.d., forskar och undervisar i retorik vid Institutionen för svenska språket, Göteborgs Universitet. Sönerna Klas & Mikael har stått modell för både argument och foton.