

Saara Telinkangas

# **NORDEN SOM VÄRLDENS MEST HÅLLBARA OCH INTEGRERADE REGION**

En retorisk analys av Nordiska ministerrådets handlingsplan  
2021–2024

# SAMMANDRAG

Saara Telinkangas: Norden som världens mest hållbara och integrerade region – En retorisk analys av Nordiska ministerrådets handlingsplan 2021–2024

Kandidatavhandling

Tammerfors universitet

Studieinriktningen i nordiska språk

Augusti 2023

---

Den här kandidatavhandlingen är en multimodal retorikanalys av Nordiska ministerrådets handlingsplan 2021–2024, *Norden som världens mest hållbara och integrerade region*. Målet med avhandlingen är att få en inblick i hur nordiskt samarbete och Norden framställs i ett av de främsta nordiska samarbetsorganen och hurdana budskap som vi kan hitta från deras framtidsvision.

Den teoretiska referensramen för analysen är en multimodal synvinkel på retorik. Retorik handlar om att påverka och finns i största delen av kommunikation som händer mellan olika individer och grupper (Mral m.fl. 2016:10). Retorikens historia sträcker sig långt tillbaka till antikens Grekland och är ett av de äldsta kunskapsområden som har forskats i. Utgångspunkten i min undersökning är att när handlingsplanen innehåller både bilder och andra grafiska element är det nödvändigt att analysera den som en multimodal enhet och utgå från att alla element i handlingsplanen är delar av dess multimodala budskap.

I avhandlingen presenteras syftet, materialet, metoden och en kort inledning till hur Norden och nordiskt samarbete har framställts förr. Analysen börjar med en analys av bilder i handlingsplanen och efter det med en analys av texten i handlingsplanen med hjälp av de retoriska begreppen ethos, pathos och logos.

Slutsatsen av analysen är att syftet med Nordiska ministerrådets handlingsplan är att skapa hopp kring utmaningar i dagens politik som den gröna omställningen och klimatförändringen. Budskapen som finns i handlingsplanen är att olika framtidsproblem kan hanteras bäst genom samarbete och speciellt nordiskt samarbete. Nordiska samarbetet presenteras som integrerad del av lösningarna till samhällets utmaningar.

Handlingsplanen är rik i sin användning av ethos- och logosargument men när det gäller den visuella sidan och bildernas samspel med titeltexter värdjas det till känslor och används pathosargument. Norden som begrepp innehåller nästan enbart positiva associationer och hela handlingsplanen bygger på att skapa en så dynamisk och positiv bild om Norden som möjligt.

Nyckelord: Norden, Nordiska ministerrådet, retorik, multimodalitet.

Originaliteten av denna avhandling har granskats med Turnitin Originality Check-programmet.

# TIIVISTELMÄ

Saara Telinkangas: Norden som världens mest hållbara och integrerade region – En retorisk analys av Nordiska ministerrådets handlingsplan 2021–2024

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Pohjoismaisten kielten opintosuunta

Elokuu 2023

---

Tämä tutkielma on multimodaalinen retoriikan analyysi Pohjoismaisen ministerineuvoston toimintasuunnitelmasta 2021–2024, *Norden som världens mest hållbara och integrerade region* (suom. Pohjolasta maailman kestävin ja integroitunein alue). Tutkielman tavoite on tehdä katsaus siihen kuinka pohjoismainen yhtistyö ja Pohjoismaat kuvataan yhdessä kaikkein olennaisimmista pohjoismaisen yhteistyön elimistä ja minkälaisia sanomia sen tulevaisuuden visioista on mahdollista löytää.

Multimodaalinen näkökulma retoriikkaan on analyysin pääasiallinen teoreettinen viitekehys. Retoriikka käsittelee vaikuttamisen keinoja, joita löytyy lähes kaikesta viestinnästä yksilöiden ja ryhmien välillä (Mral et al. 2016:10). Retoriikan historia on pitkä ja ulottuu kauas antiikin ajan Kreikkaan ja on siksi yksi vanhimmista tutkituista tieteenaloista. Käytän multimodaalista lähestymistapaa retoriikkaan siksi, että lähtökohtana tutkielmassani on, että koska toimintasuunnitelma sisältää sekä kuvia, että muita graafisia elementtejä, on välttämätöntä analysoida sitä multimodaalisena kokonaisuutena, jossa kaikki eri elementit ovat osa toimintasuunnitelman multimodaalista sanomaa. Tutkielmassa esitellään tutkielman tavoite, materiaali, metodi ja lyhyt johdatus siihen, miten Pohjoismaita ja pohjoismaista yhteistyötä on kuvattu ennen. Analyysi alkaa toimintasuunnitelman sisältämien kuvien analyysillä, jonka jälkeen toimintasuunnitelman tekstiä analysoidaan retoriikan käsitteiden eetoksen, päätöksen ja logoksen näkökulmista.

Analyysin lopputulos on, että Pohjoismaisen ministerineuvoston toimintasuunnitelman tarkoitus on luoda toivoa päivän politiikan haasteisiin kuten esim. vihreään siirtymään ja ilmastonmuutokseen. Toimintasuunnitelman sanoma on, että erilaiset tulevaisuuden ongelmat voidaan ratkaista parhaiten yhteistyön ja erityisesti pohjoismaisen yhteistyön kautta. Pohjoismainen yhteistyö esitetään erottamattomana osana ratkaisuja, joita yhteiskuntien kohtaamiin haasteisiin tarvitaan.

Toimintasuunnitelma käyttää usein eetos ja logos perusteisia argumentteja, mutta varsinkin sen visuaalinen puoli vetoaa vahvasti tunteisiin ja argumentoi päätöksen kautta. Toimintasuunnitelmassa Pohjoismaat käsitteenä sisältää lähes ainoastaan myönteisiä miellelyhtymiä ja koko toimintasuunnitelma yrittää rakentaa Pohjoismaista mahdollisimman dynaamista ja positiivista mielikuvaa.

Avainsanat: Pohjoismaat, Pohjoismainen ministerineuvosto, retoriikka, multimodaalisuus.

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Syfte .....	1
1.2	Material .....	2
1.3	Metod .....	3
1.4	Tidigare forskning .....	4
<b>2</b>	<b>Retorik.....</b>	<b>4</b>
2.1	Ethos, pathos och logos .....	5
2.2	Acceptanskriterier .....	6
2.3	Budskap och multimodalitet.....	7
2.4	Konnotation.....	7
<b>3</b>	<b>Norden och retorik – bakgrund och kontexten av handlingsplanen.....</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Översikt av handlingsplanen.....</b>	<b>9</b>
4.1	Bilder som bevis.....	10
4.2	Budskap.....	13
4.3	Ethos .....	14
4.4	Pathos.....	16
4.5	Logos.....	17
<b>5</b>	<b>Diskussion och sammanfattning .....</b>	<b>19</b>
	<b>Referenser .....</b>	<b>21</b>

# 1 Inledning

Vad talar vi om när vi talar om Norden? Talar vi bara om ett visst geografiskt eller kulturellt område eller kanske om en gemenskap med liknande ekonomiska och politiska mål? Hos oss nordbor väcker ordet Norden olika känslor som kan variera från samhörighet till hemkänsla och fenomen som välfärdsstaten eller socialdemokrati. Historien om nordiskt samarbete presenteras ofta som okomplicerad och fredlig utveckling mot välfärd och demokrati (Hemstad 2010:179).

Vad talar vi om när vi talar om nordiskt samarbete? Nordiskt samarbete inbegriper allt från officiellt samarbete mellan olika statliga aktörer till samarbete på gräsrotsnivån. Det officiella samarbetet har dock en mycket synlig roll i samarbetets spektrum och är kanske det som största delen skulle tänka på först. Det officiella nordiska samarbetet har många olika former men det Nordiska ministerrådet och Nordiska Rådet är kanske de mest högt uppsatta aktörerna. Det är sällan man stöter på negativa inställningar eller uppfattningar om nordiskt samarbete, i genomsnitt råder det en konsensus i de nordiska samhällen om samarbetets nästan enbart goda image. Både i politiska tal och marknadsföring förmedlar offentliga aktörer oftast en perfekt bild av nordisk samhörighet och upprepar idén av neutralt, progressivt samarbete mellan jämställda samhällen som lever i harmoni (Danbolt 2016).

Jag har valt nordisk retorik som ämne för min kandidatavhandling och målet är att närma mig ämnet genom att göra en multimodal retorisk analys av Nordiska Ministerrådets handlingsplan 2021–2024 *Norden som världens mest hållbara och integrerade region*. Ämnet intresserar mig både som språkstudier och för att jag har läst statsvetenskap som biämne. Politik och kommunikation, och därför också språk, går hand i hand när man vill påverka samhället och den allmänna opinionen. Den politiska kommunikationen måste analyseras och undersökas om vi vill förstå vilka budskap den försöker förmedla och sist och slutligen när vi vill bedöma hur välformulerade och trovärdiga budskapen är. Nordiskt samarbete tar plats på olika samhällsområden och speciellt i den officiella och politiska sfären handlar det mycket om att endast förmedla en positiv bild av samarbetet och gemenskapen (Danbolt 2010, Browning 2007:28). Därför anser jag att det finns ett behov av forskning i retorik och i det här fallet forskning i retorik om Norden.

## 1.1 Syfte

Syftet med avhandlingen är att ta reda på hurdan retorik det Nordiska Ministerrådet använder i handlingsplanen *Norden som världens mest hållbara och integrerade region* för en mer hållbar och

integrerad nordisk region. Jag använder de retoriska begreppen ethos, pathos och logos (se 2.1–3) som ram för min analys och dessutom stöder jag analysen med andra retoriska begrepp som presenteras i kapitel 2. Syftet preciseras med följande forskningsfrågor:

1. Vad är syftet med handlingsplanen?
2. Hur används ethos, pathos och logos i handlingsplanen?
3. Hur representeras begreppet Norden i handlingsplanen och vilka konnotationer innehåller det?

Utgångspunkten för analysen är att handlingsplanens rubrik i stora drag utgör dess huvudsakliga budskap d.v.s. att Norden kommer att vara världens mest hållbara och integrerade region.

## 1.2 Material

Som primärmaterial i den här undersökningen använder jag Nordiska ministerrådets dokument *Norden som världens mest hållbara och integrerade region – Handlingsplan 2021–2024* (2020). För tydlighetens skull ska jag hänvisa till dokumentet som ”handlingsplanen”. Handlingsplanen är en del av Nordiska Ministerrådets och Nordiska Rådets större kampanj Vår vision 2030 som handlar om framtidsplaner för nordiskt samarbete och Norden. Planen består av 26 sidor som innehåller text, bilder och andra grafiska element. Texten innehåller element som rubrik, ingress och brödtext, och jag kommer att fokusera på rubriker, ingresser och både introduktionen och sammandraget, och hur de samspelar med bilderna som används i handlingsplanen. Det finns nio olika bilder i handlingsplanen och jag analyserar alla av dem. Bilderna presenteras som kollage i samband med rubrikerna och introduktionerna av de tre olika ämnen. Handlingsplanen innehåller sammanlagt åtta olika grafiska framställningar och därtill syns nordiska samarbetets officiella logo flera gånger i handlingsplanen. Typografin är dessutom också en del av den grafiska framställningen av handlingsplanen. Grafiska framställningarna spelar inte en viktig roll vid analysen därför att de är en del av nordiska ministerrådets allmänna grafiska utseende. Handlingsplanen är tillgänglig på Nordiska ministerrådets och de officiella nordiska samarbetsorganens webbsidor (Norden.org) där de till exempel publicerar många typer av dokument, som innehåller olika typer av planer, utredningar och rapport, och dessutom marknadsföringsmaterial och annan information. Handlingsplanen är avsedd i princip för vem som helst men förmodligen används den mest av olika föreningar som fungerar under Föreningen Norden, Nordiska Rådet och Nordiska Ministerrådet samt andra samarbetsparter och offentliga aktörer.

Valet av materialet baserar sig på att handlingsplanen är ett aktuellt och framåtsiktande dokument som innehåller olika element som är intressanta undersökningsföremål för en multimodal retorisk analys. Dessutom har handlingsplanen en samhällelig relevans för att den är publicerad av det Nordiska Ministerrådet och är därför ett intressant undersökningsföremål. Det centrala innehållet i handlingsplanen fokuserar på lösningar av aktuella frågor som klimatförändring och social hållbarhet i framtiden. Handlingsplanen är indelad i tre olika ämnesområden: ”Ett grönt Norden”, ”Ett konkurrenskraftigt Norden” och ”Ett socialt hållbart Norden” och har dessutom en inledning och en sammanfattning.

Som stödande sekundärlitteratur för retorikanalysen använder jag Lennart Hellspongs handbok (2011) i retorikanalys och praktisk retorik. Hellspong presenterar både retorikens rötter i antiken och dess moderna användningssätt med konkreta exempel på hur man skriver övertygande tal och analyserar situationer från en retorisk synvinkel. Dessutom använder jag också handboken för kritisk retorikanalys av Brigitte Mral, Marie Gelang och Emelie Bröms (2016) som både går igenom retorikens grundbegrepp och dessutom ger verktyg till hur man kan använda begreppen i samband med bilder och multimodala budskap.

### 1.3 Metod

Metoden i den här avhandlingen är en retorisk analys från en multimodal synvinkel (se 2.3). Vid analysen använder jag begreppen *ethos*, *pathos*, *logos* och *budskap* (se 2.3) och dessutom underbegrepp som *konnotation* och *denotation* (se 2.4) och *empiri*, *doxa* och *praxis* (se 2.2). En multimodal synvinkel betyder i det här fallet att analysen fokuserar både på *bild* och *text* och deras samspel när det gäller budskapen som de tillsammans förmedlar. I den här avhandlingen definieras *text* enkelt som textuella element (rubrik, ingress och brödtext) eller bara skrift och *bild* som fotografier som förekommer i handlingsplanen. (se 2.3.)

Analysen fokuserar på de tre olika ämnesområden som handlingsplanen är indelad i. Jag analyserar samspelet mellan bildkollagen (består av tre bilder på en sida) som presenteras i samband med rubrikerna och introduktionerna av de tre olika ämnesområdena ”Ett grönt Norden”, ”Ett konkurrenskraftigt Norden” och ”Ett socialt hållbart Norden”. Först analyserar jag bildernas denotation och konnotation och hur de stödjer rubriken. Sedan analyserar jag textelementen från synvinkeln av *ethos*, *pathos*, *logos* och *budskap* och jämför hur texten fungerar tillsammans med bilderna. Målet är att formulera en helhetsbild av vad bilderna och texten förmedlar tillsammans om handlingsplanens syfte.

## 1.4 Tidigare forskning

Som stöd för min analys använder jag både handböcker i retorik och några avhandlingar som behandlar politiska eller samhällseliga ämnen från ett retoriskt och multimodalt perspektiv. Dessutom använder jag några artiklar som handlar om retorik i samband med Norden och nordiskt samarbete.

Orla Vigsø har undersökt politisk retorik i sin doktorsavhandling (2004). Vigsø undersöker valaffischer från olika partier från den svenska valrörelsen år 2002 med en multimodal synvinkel. Vigsø analyserar hur partierna använder ethos, pathos och logos i affischerna.

Johanna Koivisto (2011) har undersökt begriplighet och multimodalitet i sin doktorsavhandling. Som material har Koivisto EU-artiklar från finska och svenska morgontidningar. Koivisto får som resultat att i de flesta fall skapar visuella och textuella element tillsammans en begriplig helhet.

Anders Björkvall (2003) har undersökt svenska reklamannonser och deras modelläsare i sin doktorsavhandling. Björkvalls avhandling handlar i stort sett om hur målgrupp påverkar innehållet och hur en modelläsare d.v.s. en ideal läsare erbjuds i texten (se 2).

Tanja Tervonen (2013) har gjort en jämförande retorisk analys av två finska partier och deras webbplatser i sin pro gradu-avhandling. Tervonen undersöker hur och med vilka medel de två partierna försöker påverka dem som besöker webbplatsen. Tervonen får som resultat att logos och ethos är de medel som används mest av partierna. Att partiernas webbplatser påverkar genom logos beror på att webbplatserna har ett informerande syfte. Bilder på partiordföranden stärker ethos och dessutom kommer ethos fram i bilderna och logotyperna för de väcker besökarens uppmärksamhet.

## 2 Retorik

Vad är retorik egentligen? Retoriken handlar om att påverka och finns med i största delen av kommunikation som händer mellan olika individer och grupper. De mest självklara sammanhangen för retorik kan vara t.ex. politik och marknadsföring men retorik kan hittas överallt där det finns ett försök att övertyga. (Mral m.fl. 2016:10.)

Retorikens historia sträcker sig långt tillbaka till antikens Grekland och är ett av de äldsta kunskapsområden som har forskats i. Ordet retorik kommer från det grekiska ordet för tala troligen för att retorik ursprungligen har haft sitt fokus på att förklara hur man påverkar genom tal. (Hellspång, 2011:19–20.) Redan under Antiken stöddes retoriken i tal med andra medel t.ex. genom att talaren klädde ut sig på ett visst sätt eller visade bevis som stödde talet (Mral m.fl. 2016:81). Också idag är



retorik en metod som kan tillämpas mångsidigt för att analysera olika retoriska produkter som består av t.ex. text, bild eller video.

Retorikens kunskapsintresse bottenar sig i att förstå vad som är övertygande i materialet som analyseras d.v.s. vad som är budskapet som man vill förmedla via materialet. I den här avhandlingen använder jag en multimodal approach för min retorikanalys. Det betyder att jag ska utgå från att text, bild och olika grafiska element i mitt analysmaterial är enheter som tillsammans bygger upp ett budskap som kan analyseras som en retorisk helhet eller ett multimodalt budskap (se 2.4).

Retorikforskning använder ännu idag många av de gamla begreppen från antiken. I min analys ska jag reda ut hur ethos, pathos och logos används i handlingsplanen. De här begreppen har först använts av Aristoteles (Hellspong 2013:13) för att beskriva olika sätt att påverka mottagaren i form av ett tal men de kan utnyttjas ännu idag när man vill analysera hur en text eller en multimodal helhet försöker påverka sin mottagare. Vid sidan av ethos, pathos och logos ska jag använda det semiotiska begreppet *konnotation* för att analysera de visuella aspekterna av handlingsplanen.

En retorisk situation består alltid av två parter, en talare och en lyssnare, någon som skickar budskapet och någon som tar den emot. I den här avhandlingen ska jag hänvisa till de här parterna som *avsändare* och *mottagare* för att materialet som analyseras är i text- och bildform som ett PDF eller en utprintad handlingsplan (Vigsø 2004:94–95). Avsändaren är då det Nordiska Ministerrådet och mottagaren av handlingsplanen en *modelläsare* d.v.s. en instans som är inbyggd i texten, inte en verklig läsare utan en typ av ideal läsare av texten (Björkvall 2003:24–25). Analysens struktur är att jag ska analysera handlingsplanen med hjälp av begreppen ethos, pathos, logos och budskap och analysen är indelad i avdelningar enligt de här begreppen. Indelningens syfte är att hålla analysen tydlig men det betyder inte att påverkan av ethos, pathos och logos skulle kunna åtskiljas. Snarast är det fråga om tre olika strategier för att övertyga budskapets mottagare (Hellspong 2011:47–48).

## **2.1 Ethos, pathos och logos**

När man analyserar något från en retorisk synpunkt börjar man ofta undra: är avsändaren pålitlig och kan man tro på det som påstås? *Ethos* handlar om karisma, trovärdighet och överhuvudtaget talarens eller avsändarens egenskaper som påverkar hur mottagaren förhåller sig till budskapet. (Mral m.fl. 2016:35.) Bilden som avsändaren förmedlar om sin sakkunnighet och pålitlighet kan vara både sant och falskt (Hellspong 2011:229). Ethos är ett övertalningsmedel som kan vara yttre eller inre d.v.s. ett inre medel som finns i själva retoriska tekniken eller ett sådant som finns utanför den till exempel i talarens karaktär och tidigare anseende. (Hellspong 2011:177.)

I kontexten av den här avhandlingen kan ethos då syfta på själva texten och på hurdana föreställningar som knippas ihop med Nordiska ministerrådet och nordiskt samarbete och officiella aktörer över lag. Handlingsplanens ethos kan också förmedlas genom visuella element t.ex. hur snabbt man känner till att handlingsplanen hör ihop med Nordiska ministerrådet och nordiska samarbetets kontext.

*Pathos* är ett övertalningsmedel som vädjar till mottagarens känslor. Beroende på vilket syfte avsändaren har kan han försöka väcka både glädje och sorg men också engagemang, medlidande eller välvilja. (Hellspång 2011:47.) Att vädja till känslor kan vara ett effektivt medel för att övertyga mottagaren och avsändaren kan dessutom väcka känslor hos mottagaren genom att visa sina egna känslor. (Karlberg & Mral 1998:35.)

Utöver tal och text kan man försöka nå mottagarens känslor med visuella element. Bilder kan vara ett effektivt sätt att väcka känslor för att de innehåller olika konnotationer och kan väcka en stor mängd av olika associationer hos mottagaren. (Mral m.fl. 2016:39.)

*Logos* drar styrka från fakta och förnuft. Utgångspunkten är att mottagaren kan kritiskt avväga informationen som avsändaren förmedlar och att fakta fungerar som evidens för avsändarens argument och budskap. (Mral m.fl. 2016:38) Mängden av logosargument i ett material kan variera och olika avsändare har olika förhållande till hur mycket rå fakta man vill och kan visa för publiken. Logos som övertalningsmedel kan vara inre eller yttre medel. Med de inre medel avses de argument som avsändaren uttrycker och de yttre medlen är bevis och vittnesmål som stöder avsändarens budskap (Mral m.fl. 2016:44).

När man har ett budskap och man vill presentera den som trovärdig och övertygande behöver man *argument*. Ethos, pathos och logos kan användas som medel för argumentation för ett budskap det vill säga att de kan formulera ethosargument, pathosargument och logosargument. (Mral m.fl. 2016:44.) När jag undersöker handlingsplanen och dess budskap är målet att analysera hur ethos, pathos och logos syns i argumentationen som används för att stöda budskapet. Argument kan vara *latenta* eller *manifesta* d.v.s. dolda eller uppenbara (Mral m.fl. 2016:44).

## 2.2 Acceptanskriterier

Acceptanskriterierna *empiri*, *doxa* och *praxis* är psykologiska faktorer hos mottagaren som påverkar hur benägen mottagaren är att acceptera avsändarens budskap. Empiri syftar på mottagarens egen erfarenhet d.v.s. det är lättare för de flesta att acceptera något om man känner till det från ens egna

erfarenheter. Doxa syftar på mottagarens egen världsbild och till hur det är lättare för mottagaren att acceptera budskap som är i linje med den världsbilden man har. Doxa är en allmän uppfattning och något som vi tar för givet. Praxis handlar om hur budskapet går ihop med mottagarens levnadssätt. (Hellspong 2013:179.)

Människan har en tendens att undvika motstridigheter i sin världsbild och sätt att tänka och det är vad acceptanskriterierna på många sätt handlar om. Om budskapet går bra ihop med vår empiri, doxa och praxis är det lättare att acceptera det (Hellspong 2013:179). Jag använder acceptanskriterierna i samband med analys av logos i handlingsplanen.

## 2.3 Budskap och multimodalitet

Det som man ofta vill hitta genom en retorisk analys är *ett budskap* eller en *tes* som en text försöker förmedla. Tesen kan vara explicit eller implicit d.v.s. den kan vara rakt uttalad i texten eller gömd bakom olika retoriska knep. (Mral m.fl. 2016:43.) Budskap och tes är nästan synonyma begrepp och i den här avhandlingen använder jag ordet budskap. Ett budskap uppstår i en retoriskt övertygande kontext som kan bestå av olika enheter som skapar mening och har ett övertygande syfte. (Mral m.fl. 2016:13–14.)

När budskapet som analyseras utöver text också har en visuell dimension, kan helheten kallas för ett multimodalt budskap. Man kan också anse att alla texter är multimodala bara för att de alltid har någon typografi och möjligtvis variation i skrifttypen (Vigsö 2004:71). I den här avhandlingen använder jag en likadan definition av multimodalt budskap som Koivisto (2011:21) d.v.s. att handlingsplanen som analyseras är *en multimodal produkt* och innehållet i handlingsplanen (både text, bilder och grafiska element) bildar *ett multimodalt budskap*. Det som gör det multimodala budskapet till ett behändigt begrepp är att det innehåller idén om att både text och bild har en aktiv roll i skapandet av budskapen (Koivisto 2011:21).

## 2.4 Konnotation

*Konnotation* är ett begrepp från semiotiken som är ett vetenskapsområde som studerar olika betydelsenivåer, men som är också nyttig i retorikforskning. Begreppet syftar på alla associationer som vi har till olika ord. Konnotation är ett systerbegrepp till *denotation* som syftar på ordets ”riktiga” betydelse. Ordet ’äpple’ syftar till exempel på frukten som vi känner som ett äpple och det utgör

ordets denotation. Denotation kan vara ett bra verktyg vid bildanalys om man vill definiera vad som faktiskt syns på bilden och vilka som är de betydelser som vi skapar själv. Konnotationer som kan förknippas med ordet eller föremålet äpple kan variera från Eva och syndafallet till sommar och traditionell husmanskost, alltid beroende på mottagaren. (Hellspong 2011:252–253.) I den här avhandlingen används begreppet konnotation i samband med analys av ethos, pathos och logos och dessutom vid analys av hurdana föreställningar av Norden och nordiskt samarbete som förmedlas i handlingsplanen. Enligt Vigsø (2004) är semiotiken ett relevant tillägg för en retorisk analys speciellt om man betraktar mottagaren som en aktiv deltagare i betydelseproduktionen (2004:73). Analysen av betydelse blir ännu mer relevant när analysobjektet är multimodalt och innehåller t.ex. bilder som behöver en annan synvinkel och tolkning än text.

Analysobjektets konnotation kan också variera i förhållande till andra analysobjekt t.ex. om det på en bild finns ett färskt äpple bredvid ett ruttet äpple kan de analyseras som *binära oppositioner* d.v.s. i en motsattsförhållande till varandra (Fiske, 1990:64) som färskt och ruttet eller nytt och gammalt.

### **3 Norden och retorik – bakgrund och kontexten av handlingsplanen**

För att kunna analysera handlingsplanen och dess bild av Norden är det viktigt att ha en allmän uppfattning om hur uppfattningen av begreppet Norden blev till den som den är nuförtiden. Enligt Mral m.fl. (2016:26) är det nödvändigt för en kritisk retorisk analys att placera analysobjektet i den rätta kontexten. I det här kapitlet ger jag en översikt av hur Norden och *nordiskt samarbete* har blivit vanliga delar av ordförrådet i politiska och samhällsliga diskussioner och dessutom hurdana framställningar som har förknippats till de här begreppen. På många sätt är begreppet Norden enkelt: det syftar på de nordiska länderna d.v.s. Sverige, Danmark, Norge, Finland och Island och dessutom till de autonoma områden som hör till de här länderna som Färöarna och Grönland. Det är lätt att nämna likheter som de här länderna har i kultur, språk och samhälle men samtidigt är gränsen inte tydlig. Till exempel om man tänker geografiskt har Finland troligtvis mera gemensamt med Estland än Grönland eller från ett färöiskt perspektiv kan Scotland vara väldigt nära Norden.

Idén om nordiskt samarbete och *nordism* d.v.s. av strävan mot starkt samarbete mellan de nordiska länderna och betoningen på kulturella likheterna inom Norden, är en följd av *skandinavismen* som härstammar från början av 1800-talet. Skandinavism var populär bland studerande och de liberala och rörelsen fokuserade på en gemensam skandinavisk identitet och nationalitet. (Hemstad 2010:179.) I Sverige och i Danmark där skandinavismen var populärast, användes begreppen Skandinavien, skandinavism och Norden ofta synonymt i samhällsdiskussionen under 1800-talet.

Skandinavismen fick ett dåligt rykte på grund av många utvecklingar men mest för att det upplevdes uteslutande i några av länderna, t.ex. Norge, och att de nordiska samhällena gick igenom stora förändringar.

Under de första decennierna av 1900-talet formulerades den gamla skandinavismen till nordiskt samarbete och speciellt nordisk demokrati i retoriken och politiken av socialdemokratiska rörelser runt Norden. Det nordiska samarbetet blev till ett retoriskt begrepp som användes för att förstärka moralen och viljan för samarbete. (Kurumäki 2010:37–43, Hemstad 2010:180, 187.) Berättelsen om den nordiska demokratin och samarbetet var enligt Kurumäki (2010) ett sätt för socialdemokraterna att knyta ihop internationalitet och nationalitet i sin retorik (2010:75). När man talade om Norden och nordisk demokrati så innehöll det alltid också tanken om 'svensk demokrati' eller 'dansk demokrati'. Nationalitet var ett begrepp som var mera hemma i det konservativa partiernas retorik och därför var det gynnsamt för socialdemokraterna att använda en nordisk identitet i stället i sin retorik. Snabbt efter 30-talet hade nordiskt samarbete och nordisk demokrati blivit till begrepp som användes allmänt i politiken både på den vänstra och den högra sidan (Kurumäki 2010:75).

Historien av det nordiska samarbetet och den nordiska samhörigheten beskrivs väldigt ofta som ett kontinuum med få problem. Den framställs som en stadig, fredfull och lineär utveckling (Hemstad 2010:179). Tanken att samarbetet är naturligt för de nordiska länderna och att Norden på något sätt är exceptionellt, syns i retoriken som har använts om Norden efter 60-talet (Danbolt 2010). På ett sätt kan man påstå att retoriken om Norden efter 60-talet vill framhäva hur exceptionellt Norden är och hur Norden skiljer sig från Europa och resten av världen. Samtidigt har grundtesen varit att den nordiska samhällsmodellen kan kopieras och användas av vem som helst. (Browning 2007:28.)

Norden och nordiskt samarbete förknippas tätt med olika offentliga nordiska samsamarbetsorgan. Det Nordiska Ministerrådet är det officiella samsamarbetsorganet för de nordiska ministrarna och i verkligheten finns det flera ministerråd för olika fackområden. Ministerrådet grundades år 1971 och är en följd av samarbete som cementerades för den första gången i det så kallade Helsingforsavtalet 1962. Utöver ministerrådet finns också det Nordiska rådet som är den parlamentariska organen för det officiella nordiska samarbetet och den grundades redan i 1952. (Norden.org 2023.)

## 4 Översikt av handlingsplanen

Planens rubrik är "Norden som världens mest hållbara och integrerade region". Utgångspunkten för analysen är att rubriken är planens huvudsakliga budskap. Handlingsplanen har tre huvudteman eller

huvudmål: ett grönt Norden, ett konkurrenskraftigt Norden och ett socialt hållbart Norden. De här huvudtemana presenteras i sina egna kapitel och därtill finns det en inledning och en avslutande del med titeln *Hur uppnår vi stärkt nordiskt samarbete på de prioriterade områdena?* Huvudmålen presenteras genom att kort inleda mottagaren till ämnet t.ex. ”ett socialt hållbart Norden” och sedan presenteras det olika mindre mål som ska hjälpa Norden att konkret sträva mot huvudmålet som har presenterats. Texten är indelad i korta delar både i form av brödtext och punktuppställning.

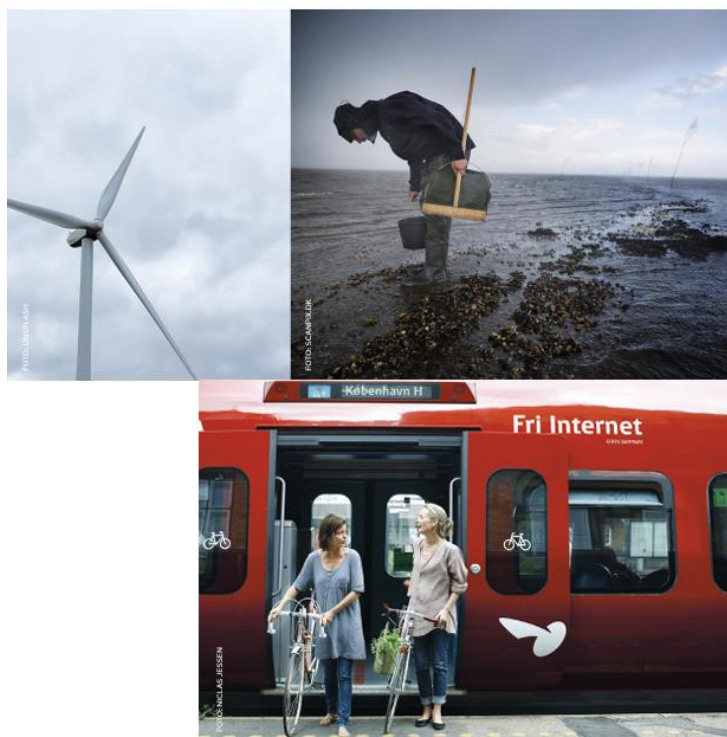
Planens visuella utseende ligger i linje med de andra nordiska samarbetsorganen d.v.s. typografin och färgerna är samma som för allt annat officiellt nordiskt samarbete d.v.s. samma logo och blå som huvudfärg. Bakgrundsfärgen på första sidan är färggrann och det finns en hel del bilder, speciellt på sidan efter en kapiteltitel. Bilderna avbildar objekt som avsändaren har velat förknippa med titeln och dessutom också allmänna uppfattningar som mottagaren kan ha om Norden.

#### **4.1 Bilder som bevis**

I den här avdelningen presenterar jag bildelementen som finns i handlingsplanen och analyserar hur de samspelar med texten. Bilder kan fungera som yttre bevis för budskapet (Hellspong 2013:179) och de har en viktig roll i att väcka mottagarens uppmärksamhet (Björkvall 2009:6). Bilderna i handlingsplanen speglar rubrikerna ”Ett grönt Norden”, ”Ett konkurrenskraftigt Norden” och ”Ett socialt hållbart Norden”. På bildkollage 1 ser man första sidan för temat ”Ett grönt Norden” och det finns tre bilder som samspelar med rubriken.

Första bilden på sidan är en bild på ett vindkraftverk. På den andra bilden finns det en person som samlar något på stranden och vädret är regnigt och grått. På tredje bilden finns det två medelålders kvinnor som kommer ut ur ett rött lokaltåg som åker till Köpenhamn. Det är sommar och kvinnorna pratar och har med sig var sin cykel. De här beskrivningarna är i stort sett bildernas denotation (för denotation, se 2.4). Innan avsändaren påstår i texten att Norden ska bli världens mest hållbara region, ser mottagaren bilder på vindkraft och människor som använder kollektivtrafik och cyklar (se bildkollage 1). Vindkraft och kollektivtrafik är allmänt accepterade gröna och hållbara livsstilval och därför har de båda en konnotation (för konnotation, se 2.4) av hållbarhet. Därför stödjer de påståendet

## Ett grönt Norden



Bildkollage 1: Tre bilder på första sidan under rubriken "Ett grönt Norden".

kollektivtrafiken) och natur (stranden) eller arbete ("forskaren" på stranden) och fritid (kvinnorna på staden). Bilderna ger en mångsidig bild av var hållbarhet och den gröna omställningen syns.

På bildkollage 2 ser man första sidan för temat "Ett socialt hållbart Norden" som består också av en rubrik och tre bilder. På den första bilden ser man två män som går på trottoaren med barnvagn. Det är sommar och den andra mannen har ett litet barn i famnen och vagnen är tom. På den andra bilden ser man en ung man som pratar i en megafon och pekar upp med sin andra hand. Han har på sig en svart jacka som är blöt. Det regnar och det finns många människor bakom honom. Situationen liknar en demonstration. På vänstra sidan av den tredje bilden finns det en dansare som hoppar och sparkar högt upp. På högra sidan finns det andra dansare i rad som springer mot den hoppande dansaren. Bakgrunden är en blå scen. Bilderna anknyter till olika teman av social hållbarhet.

Den första bilden har denotationen av två män gående med ett litet barn och två barnvagnar på gatan, och konnotationer som familjeliv, könsroller, jämställdhet och vardag. Den andra bildens denotation är en ung man med en megafon i folkmassan och konnotationerna kan vara t.ex. demonstration,

"Norden ska bli världens mest hållbara region" när mottagaren ser bilderna. Bilden av människan på stranden är lite oklar eftersom man inte ser tydligt vad personen gör, men om man tittar på hans utrustning så kan man anta att strandutflykten har ett vetenskapligt eller miljöskyddande syfte.

Bilderna representerar tillsammans olika synvinklar till hållbarhet och den gröna omställningen. Vindkraftverket kan ha konnotationer som grön energi eller hållbar teknologi, och forskaren på stranden kan syfta på vetenskap och kunskap. Den sista bilden med kvinnorna i kollektivtrafiken syftar på vardagligt liv. Man kan också hitta binära oppositioner

(se 2.4) som stad (kvinnorna i

## Ett **socialt hållbart** Norden



Bildkollage 2: Tre bilder på första sidan under rubriken "Ett socialt hållbart Norden".

olika bilder. På den första bilden finns det en äldre kvinna med nagellack och en ring och hon använder en smartmobil. Bildens konnotationer kan vara seniorer, teknologi, hinderlös teknologi och digitalisering. Den andra bilden innehåller växter eller grönsaker i glasbehållare som är stängda med ett lock av papper eller plast. Syftet är troligtvis att odla mat på nya sätt och med nya teknologier. Konnotationer som bilden innehåller är matproduktion, ny teknologi och innovation. Den tredje bilden visar en kontorsmiljö med två kvinnor som pratar i korridoren. Båda är klädda i ljusa kläder, den andra kvinnan har en portfölj i sin hand och den andra har en huvudduk. Konnotationer som bilden innehåller är t.ex. arbetsliv, mångfald i arbetslivet, företag och kontor. Man kan hitta binära oppositioner som unga och gamla eller teknologi och mänsklighet.

Bilderna visar människor i olika åldrar, kön, etniska bakgrund och livssituation. De förmedlar en mångsidig bild av temat i frågan när man ser på bilderna från kontexten som rubriken skapar. Bilderna fungerar som startsida för ett delområde i handlingsplanen. Inom ramen för rubriken "Ett

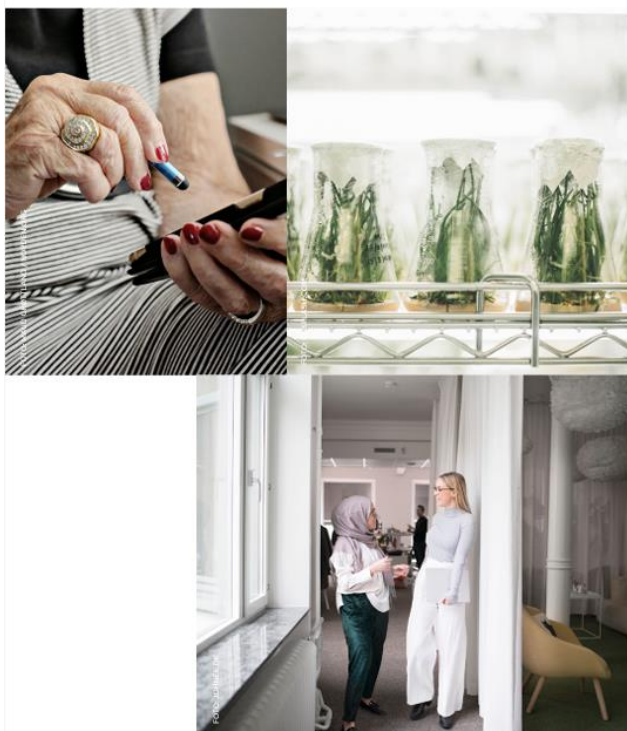
aktivism, civilsamhälle, påverkan eller gräsrotsrörelse. Denotationen för den sista bilden är t.ex. flera personer som rör sig på en scen och konnotationer som bilden innehåller är dans, kultur, uppträdande, konst, nutidskonst, fritid och njutning.

De här bilderna fungerar tillsammans på ett likadant sätt som på bildkollage 1 d.v.s. de representerar olika sidor av social hållbarhet. Deras uppgift är att vara olika jämfört med varandra så att de tillsammans skapar en känsla av mångfald. Bilderna definierar begreppet social hållbarhet som ett holistiskt fenomen. Enligt bilderna är social hållbarhet närvarande i det privata livet, civilsamhället och kulturen. Det är något som man upplever varje dag, deltar aktivt i och njuter av.

Första sidan av "Ett konkurrenskraftigt Norden" (se bildkollage 3) består likväl av tre



Ett **konkurrenskraftigt** Norden



Bildkollage 3: Tre bilder på första sidan under rubriken "Ett konkurrenskraftigt Norden".

konkurrenskraftigt Norden" kan man hitta ett budskap om att alla behövs för att nå idealen som presenteras i rubriken och att utvecklingen händer på alla planer av samhället.

## 4.2 Budskap

Om vi antar att budskapet (se 2.3) är explicit det som uttrycks i titeln så är det att Norden kommer att bli eller strävar efter att bli världens mest hållbara och integrerade region. Bilderna och huvudrubriken stöder varandra och de skapar ett budskap om nordisk hållbarhet och utveckling. Bilderna förmedlar en optimistisk och framåtsiktande bild av Norden för att de framställer medborgare som deltar i handlingsplanens budskap och mål. Hållbarhetens budskap är alltså uppenbar, men integrationen blir inte lika synlig. Det kan bero

på att det kan finnas flera visuella föreställningar och konnotationer som kan kopplas ihop med hållbarhet än integration. Rubrikerna "Ett grönt Norden", "Ett socialt hållbart Norden" och "Ett konkurrenskraftigt Norden" är också lättare att närma sig från hållbarhetens synpunkt.

Integrationen kommer fram i brödtexten under mellanrubrikerna när avsändaren presenterar en åtgärd och till slut konstaterar att åtgärden gäller "hela Norden". Den nordiska prägelns kommer fram i slutet av åtgärderna när en stor del av meningarna slutar med "i Norden". På det sättet är den nordiska gemenskapen en central del av budskapet. När avsändaren framhäver att Norden kommer att utvecklas skiljer hen inte Danmark eller Åland från varandra utan förespråka samhörighet genom att sätta ihop hela områdets utveckling. Samtidigt stävar man efter att ha Norden som världens mest hållbara område och inte till exempel Europa. Detta innebär ett budskap om integration eller samarbete. Budskapet är ett ideal och idealen förstärks genom att ge bildbevis på det. I brödtexten berättar man hur budskapet ska nås om de planerade åtgärderna förverkligas. Budskapen som

handlingsplanen förmedlar är i linje med vad Kurunmäki (2010) och Hemstad (2010) skriver om i sina analyser av det nordiska samarbetets historiska kontext och budskap (se 2).

Att betona Norden som en kontext för planen förstärker idén om att Norden har en tydlig egen identitet. Integrationen tas upp separat i slutet av texten med rubriken *Hur uppnår vi stärkt nordiskt samarbete på de prioriterade områdena?* Då presenteras det hur alla mål som man har gått igenom före fungerar över gränser och kulturer. Budskapet vill betona att olika framtidsproblem kan hanteras bäst genom samarbete och speciellt nordiskt samarbete.

### 4.3 Ethos

Det Nordiska Ministerrådets ethos består i huvudsak av tidigare uppfattningar om rådet och det nordiska samarbetet och därför är det viktigt att ha en allmän uppfattning om hurdan organisation det Nordiska Ministerrådet är. Ministerrådet består alltså av politiker som samarbetar för att främja samarbete mellan nordiska länder d.v.s. Ministerrådet är en institution med en eller flera politiska agendor. När Ministerrådet inte har i sig makt men består av deltagare som har makt i sina respektive länder, betyder det att ministerrådet består av individer som försöker främja sina egna agendor inom ramen och kontexten av nordiskt samarbete. Handlingsplanen har alltså troligtvis ett politiskt syfte och budskap och det här kan påverka hur ethos framkommer i handlingsplanen. Hur påverkar ett politiskt syfte på hur mottagaren ser på handlingsplanens trovärdhet och pålitlighet? Politik och ohederlighet som då och då associeras med det är kanske inte de starkaste framställningar som det Nordiska Ministerrådet väcker hos de flesta. Det här kan bero på att ministerrådet och dess beslut inte har någon direkt påverkan på inhemsk beslutsfattning och lagstiftning. Det handlar i huvudsak om neutrala och pålitliga associationer som förknippas med nordiskt samarbete (Danbolt 2010).

Ethos är något som det lönar sig att bygga upp i början eller gärna även i förhand så att man får mottagarens tillit och uppmärksamhet (Mral m.fl. 2016:36–37). I inledningen av handlingsplanen presenteras hur planen har gjorts och hurdant syfte den har. Inledningen beskriver kort och allmänt olika parter som har konsulterats och synpunkter eller avtal som har använts som riktlinjer. Allt det här förstärker handlingsplanens trovärdhet. I exempel 1 kan man se hur det understryks att planen har engagerat olika aktörer från olika samhällsområden:

- (1) För att lyckas med det har samtliga fackministerråd och nordiska institutioner liksom Nordiska rådet involverats för att ge konkreta förslag på projekt och prioriteringar. I högre grad än någonsin tidigare har också civilsamhället och näringslivet i Norden konsulterats.” (s. 4)

I sista meningen av exempel 1 står det att man även har samarbetat med aktörer utanför politiken och förvaltningen d.v.s. civilsamhällen och näringslivet. Detta förstärker bilden av att handlingsplanen har ett bredare synvinkel och är inte bara gjord av politiker med en viss politisk agenda. Nordiskt eller skandinaviskt samarbete inbegrep redan i mitten av 1800-talet idén om att samarbetet måste hända i olika delar av civilsamhället och näringslivet, inte bara i politik (Hemstad 2010:182). En viktig byggsten av Ministerrådets ethos är betoningen av samarbete och hur samarbetet beskrivs som en fullkomligt positiv sak. Det är logiskt att ett samarbetsorgan anser att samarbete endast är positivt, men är det neutralt? Med betoning av samarbete kan man understryka att pålitligheten har grund i ett visst urval av olika synvinklar och fakta, som godkänns av alla de här ovannämnda samarbetsparterna. Avsändaren vill dessutom betona att handlingsplanen och frågorna som den definierar som aktuella har en större referensram vart ingår miljöavtalet *Parisavtalet* och *FN:s medlemsstaternas Agenda 2030* (se exempel 2) och att Ministerrådets mål är att nå de här målen snabbare och bättre.

- (2) Parisavtalet och Agenda 2030 visar vägen, och Norden ska arbeta ännu ambitiösare och snabbare än övriga världen. (s. 4)

Ministerrådet som framställs i inledningen och senare i handlingsplanen är dynamiskt och smidigt. I inledningen är Ministerrådet en aktör som genomför och bidrar till olika ärenden och arbetet som de gör är aktivt och händer löpande under ett aktivt samarbete. Det förstärker ministerrådets ethos som en aktör som påverkar och medverkar i samhällen fast det har bara lite direkt politisk makt.

### Mål 3

Nordiska ministerrådet ska främja cirkulär och biobaserad ekonomi, hållbar och konkurrenskraftig produktion, hållbara livsmedelssystem samt resurseffektiva och giftfria kretslopp i Norden.

Bild 1: Mål 3 under rubriken "Ett konkurrenskraftigt Norden"

beskrivningen av Mål 3 börjar med "Nordiska ministerrådet ska främja...". På samma sätt som i inledningen beskrivs Nordiska ministerrådet som en aktiv aktör. I de andra målen använder man t.ex. ord som *stärka*, *bidra*, *stödja* och *utveckla*. I ett av målen står det att "Nordiska ministerrådet ska göra

det mycket enklare...". Ministerrådet framställs som en handlingskraftig aktör som har möjligheter att påverka.



Bild 2: Det Nordiska ministerrådets logo

Det visuella stöder trovärdigheten. Typografin, logon och den blåa färgen får mottagaren att känna igen organisationen och dess ethos och knyter planen ihop med det officiella nordiska samarbetet. Avsändaren använder likadana sätt att uttrycka ethos som Tervonen (2013) beskriver i sin undersökning d.v.s. att på partiernas webbsidor syns organisationens logo och namn på nästan varje sida (2013:58–59). Ordet Norden, eller Nordiska ministerrådets logo (bild 2) syns ofta i handlingsplanen. Jämfört med de politiska partiernas ethosbyggande är skillnaden i handlingsplanen att när man stärker avsändarens ethos är det svårt att göra skillnad mellan Ministerrådets, Nordens eller nordiska samarbetets ethos man vädjar till. På ett sätt beror det på att alla de olika delarna av det officiella nordiska samarbetet har ett likadant visuellt utseende och det är inte överraskande att föreställningar som de väcker är väldigt lika. Dessutom är det gemensamma namnet i kommunikationen av de olika organisationerna oftast ”Norden” eller ”Nordisk samarbete” på de



Bild 3: Framsidan av webbsidan Norden.org (3.8.2023)

officiella webbsidorna (Bild 3, Norden.org).

Användningen av ethos syns tydligt i planen och den kan beskrivas som pålitligt, handlingskraftigt och framåtsyftande. Norden och Nordiska ministerrådet framställs som etablerade aktörer

som har som mål att främja olika nyttiga ärenden i samhället. Handlingsplanens syfte är att se på framtiden när den är som sagt en plan för framtidens handlingar. Detta ger avsändaren en framåtskådande ethos fast det är något som är inbyggt i själva formatet av analysmaterialet.

#### 4.4 Pathos

En handlingsplan är inte en format som man nödvändigtvis tänker på först när man ska nämna något som vädjar till mottagarens känslor. Handlingsplanen är dock inte en känslofri zon fast pathosargument inte finns på varje håll. Områden där pathos används framkommer när mottagaren skapar betydelse angående från bilderna och hur mottagaren resonerar kring idealismen eller optimismen i handlingsplanen och budskapet. Avsändaren skapar hopp hos mottagaren när den presenterar en optimistisk framtidsbild (Mral, Gelang & Bröms, 2016:56). Avsändaren skapar den optimistiska framtidsbilden genom att presentera lösningar till stora förändringar som uttalas som

allmänna sanningar eller doxa. Klimatförändringen kan skapa till exempel ångest men handlingsplanen presenterar konkreta åtgärder och en alternativ framtidsplan där samhället klarar den gröna omställningen.

Bilder bär ofta med sig pathos. När mottagaren har en bredare möjlighet att tolka bildens betydelse är det möjligt att t.ex. vardagliga element i bilder skapar trygghet eller igenkänning. Visuella element som knyter handlingsplanen ihop med officiellt nordiskt samarbete skapar en likadan känsla som myndighetstexter eller liknande multimodala produkter: känslan är neutral, pålitlig och saklig.

## 4.5 Logos

I handlingsplanen kan man hitta en hel del logos och man kan påstå att logosargumentationen är det främsta sättet att argumentera i texten. Det skulle vara oväntat om handlingsplanen skulle innehålla bara lite logos. Mängden av logos är inte överraskande när man vet att avsändaren är den som måste ta hand om sin pålitlighet. Den här avhandlingen tar inte ställning till pålitligheten av kunskapen som finns bakom användningen av logos i handlingsplanen, men man kan konstatera att de förslag och mål som framställs i planen upprepar allmänna teman i politiken som den gröna omställningen och hållbarheten över lag. Planen framför mest sådana förslag som inte är särskilt kontroversiella för någon som tenderar vara enig med den allmänna opinionen om framtidens utmaningar. Men fakta, allmänt accepterade sanningar och en väl etablerad referensram garanterar ändå inte att argumentationen skulle vara starkt logobaserad. Vigsø resonerar kring samspelet av ethos, logos och pathos i sin undersökning av valaffischer. Han konstaterar att trots att logos och fakta finns i materialet är det inte nödvändigtvis det som retoriken och budskapet bygger på mest (2004:221).

Texten hänvisar sällan till källor. Den pålitliga och vetenskapliga referensramen skapas i stället i inledningskapitlet när utgångspunkten för handlingsplanen presenteras. En stor del av texten antar att mottagaren delar samma tankar om vilka som är framtidens utmaningar och hurdana lösningar man kan hitta till de här utmaningarna. Valet av huvudrubrikerna ”Ett grönt Norden”, ”Ett konkurrenskraftigt Norden” och ”Ett socialt hållbar Norden” argumenteras kort i slutet av presentationen av kategorierna (se exempel 3). I exempel 3 kan man se hur prioriteringen av rubrikvalet ”Ett konkurrenskraftigt Norden” förklaras och argumenteras för.

- (3) Den strategiska prioriteringen Ett konkurrenskraftigt Norden kopplar främst till nedanstående globala hållbarhetsmål under Agenda 2030. Därutöver kopplar den strategiska målsättningen till den nordiska målsättningen om uppnåendet av fri rörlighet. (s. 13)

Annars ges det tydliga stödande argument bara för några av de mindre mål som finns under huvudrubrikerna. Handlingsplanens logosargument drar stöd från avsändarens ethos och allmänna sanningar. Mottagaren förväntar sig att ta emot innehåll som baserar sig på fakta när man är medveten om avsändarens ethos.

Texten innehåller mycket information men mindre bevis. Tervonen (2013) konstaterar i sin analys av partiernas webbsidor att huvudsyftet är informativt och därför är användningen av logos det mest uppenbara sättet att påverka mottagaren (Tervonen 2013:40). Om partiernas kommunikation som Vigsø (2004) och Tervonen (2013) har undersökt siktar på att genom informering övertyga mottagaren att rösta på partiet och stöda deras mål, så är Nordiska ministerrådet i en annan position. De vill förstås ha mottagaren på sin sida men handlingsplanen är redan en färdig politisk plan inte ett förslag.

Språket som används i handlingsplanen är också sakligt och officiellt så som det oftast är i myndighetstexter eller politiska handlingsplaner. Språket är lätt att läsa och alla mål presenteras kort och konsistent.

Användningen av logos i handlingsplanen kan analyseras genom acceptanskriterierna *empiri*, *doxa* och *praxis*. En stor del av handlingsplanens användning av logos litar på mottagarens doxa eller med andra ord mottagarens världsbild. Avsändaren förklarar bara lite olika fenomen och är sparsam med att ge bakgrundsinformation om dem. Detta beror på att handlingsplanen inte i första hand utgör ett undervisande eller informerande material utan huvudsyftet är att beskriva vad man vill uppnå och genomföra. Formuleringen av de problem som man vill lösa har gjorts redan innan handlingsplanen har utarbetats. Men eftersom förklaringarna är få, måste avsändaren lita på mottagarens tidigare erfarenheter och syn på världen d.v.s. empiri och doxa (se 2.2).

De allmänna *doxa* som används i handlingsplanen är t.ex. att klimatförändringen och den gröna omställningen är några av de största utmaningarna av vår tid, hållbarhet i olika områden är nödvändigt, och konkurrenskraften är viktig. De här är förstås inte allmänsanningar för alla, men ändå för en stor del av den nordiska befolkningen och kanske speciellt för dem som hör till den potentiella läsarpubliken. De andra delområdena i handlingsplanen som använder sig av doxa är bilden av Norden och de allmänna sanningarna som vi förknippar med det. Det finns redan en allmän sanning om *Nordisk exceptionalism* (Danbolt 2010 & Browning 2010:27–28) som stöder påståendet i rubriken att Norden kommer att vara världens mest hållbara och integrerade region. Mottagaren kan vara benägen att lita på att Norden kan vara bäst i världen.

*Praxis* syns också tydligt i handlingsplanen. Det är inte ovanligt för politiska planer att undvika dissonans, med andra ord att vi har motstridigheter mellan våra åsikter och handlingar (Hellspong 2013:182). Om man går tillbaka till hur *doxa* syns i handlingsplanen och sedan reflekterar över hur allmänsanningarna i planen skulle vara i dissonans med varandra märker man att det finns en möjlighet för dissonans men handlingsplanen strävar mot *kongruens* som är motsatsen (Hellspong 2013:182). Det är möjligt att skapa många motstridigheter mellan konkurrenskraft och den gröna omställningen, men avsändaren målar en bild att utvecklingen av båda stöder varandra.

*Empiri* är inte lika synlig i handlingsplanen men den syns via bilderna. För att bilderna avbildar sådant som mottagaren (eller i alla fall en nordisk mottagare som delar samma *doxa* som planen) är van vid och som mottagaren möjligtvis själv känner igen från sin egen vardag. Mottagaren kan identifiera sig med kvinnorna som åker tåg (se bildkollage 1) eller känna igen sig från bilder på familjeliv (bildkollage 2) eller arbetsliv (bildkollage 3).

## 5 Diskussion och sammanfattning

I min analys har jag gått igenom Nordiska ministerrådets handlingsplan 2021–2024, *Norden som världens mest hållbara och integrerade region*. Analysens mål har varit att ta reda på hurdan retorik det Nordiska Ministerrådet använder i handlingsplanen *Norden som världens mest hållbara och integrerade region*. Mina forskningsfrågor har varit följande: Vad är syftet med handlingsplanen? Hur används *ethos*, *pathos* och *logos* i handlingsplanen? Hur representeras begreppet Norden i handlingsplanen och vilka konnotationer innehåller det?

Mitt resultat är att handlingsplanens syfte är att presentera handlingar som avsändaren kommer att utföra men samtidigt har planen en politisk kontext som påverkar hur avsändaren uttrycker sina mål. Planen hör ihop med officiella nordiska samarbetets kanon och förstärker idén om Norden som en region med en egen identitet. I handlingsplanen används det mest *ethos* och *logos* som övertalningsmedel. *Ethos* användning får kraft från Nordiska ministerrådets pålitlighet och etablerade status. Ministerrådets *ethos* hänger ihop med nordiska samarbetets *ethos* och hela regionens *ethos* men dessutom också med dess egen neutrala och pålitliga status. Igenkännbara visuella element stärker Nordiska ministerrådets *ethos* och bandet mellan Norden och annat nordiskt samarbete. I inledningen presenterar man grunden för den samhälleliga och vetenskapliga kontexten av planen och stöder på det sättet ministerrådets pålitlighet.

Logos är planens främsta övertalningsmedel fast logos också blandas med de andra argumentformerna. Mängden av logos är inte förvånande med tanke på behovet av att ministerrådet måste behålla sin trovärdighet. Handlingsplanen innehåller inga kontroversiella förslag och fokuserar på allmänt accepterade teman som hållbarhet och den gröna omställningen. Planen antar att mottagaren delar samma världsbild och förlitar sig därför tungt på mottagarens befintliga övertygelser och antaganden.

Handlingsplanen är en multimodal produkt och budskapet består av både text- och bildelement. Bilder fungerar som bevis för det budskap man vill förmedla och hjälper när man vill väcka mottagarens uppmärksamhet. Bilderna i handlingsplanen speglar de olika rubrikerna "Ett grönt Norden", "Ett konkurrenskraftigt Norden" och "Ett socialt hållbart Norden". Bilderna skapar en ideal tillsammans med rubriken och samtidigt stöder handlingsplanens framtidsvision genom att skapa hopp och trovärdhet i mottagaren.

Avhandlingen har svarat på alla forskningsfrågor men ett mer analytiskt och djupgående tillvägagångssätt skulle ha varit möjligt. Analysens brist ligger i analysmetodens vaghet och en mer djupgående analysmetod skulle ge bättre resultat. Framställningar som förknippas med Norden skulle också kunna analyseras i en separat avhandling. Över lag är ämnet intressant och skulle kunna undersökas mera. Ett annat forskningsobjekt för en liknande retorisk analys skulle kunna vara Norden.org webbsidor och fokuset skulle kunna ligga även mera på det visuella.



## Referenser

### Primärmaterial

Nordiska ministerrådet, 2021: *Norden som världen mest hållbara och integrerade region, handlingsplan 2021 – 2024*. Tillgänglig: <https://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1508280&dswid=-5466>

### Sekundärlitteratur

Björkvall, Anders. 2009. *Den visuella texten: multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren Studieförlag AB.

Browning, C. S. 2007. Branding Nordicity: Models, Identity and the Decline of Exceptionalism. I: *Cooperation and Conflict*. Vol. 42. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0010836707073475>

Danbolt, Mathias. 2016. New Nordic Exceptionalism: Jeuno JE Kim and Ewa Einhorn's The United Nations of Norden and other realist utopias. I: *Journal of aesthetics & culture*. Vol. 8. <https://doi.org/10.3402/jac.v8.30902>

Fiske John (1990). *Kommunikationsteorier – En introduktion*. Stockholm: Wahlström och Widstrand.

Hellspong, Lennart. 2011. *Konsten att tala. Handbok i praktisk retorik*. Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur AB.

Hemstad, Ruth. 2010. Scandinavianism, Nordic Co-operation and 'Nordic Democracy'. I: Kurunmäki, Jussi & Strang Johan (red.), *Rhetorics of Nordic Democracy*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. S. 179–193.

Karlberg, Maria & Mral, Brigitte. 1998. *Heder och Påverkan. Att analysera modern retorik*. Stockholm: Natur och kultur.

Koivisto, Johanna. 2011. *EU-artiklar som multimodala budskap - Text, bild och begriplighet i rapporteringen om EU-utvidgningen i finska och svenska morgontidningar år 2002 och 2004*. (Doktorsavhandling) Tammerfors: Tammerfors universitet.

Kurunmäki, Jussi. 2010. 'Nordic Democracy' in 1935. I: Kurunmäki, Jussi & Strang Johan (red.), *Rhetorics of Nordic Democracy*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. S. 37–82.

Mral, Brigitte, Emelie Bröms, & Marie Gelang. 2016. *Kritisk retorikanalys: text, bild, actio*. Helsingborg: Retorikförlaget.

Tervonen, Tanja. 2013. *Att skaffa nya medlemmar eller hålla fast vid de gamla? Hur Socialdemokratiska partiet och De Gröna påverkar på nätet – en jämförande retorisk analys av partiernas svenskspråkiga webbplatser*. (Pro gradu) Tammerfors: Tammerfors universitet. <https://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-23733>

Vigsø, Orla. 2004. *Valretorik i text och bild – En studie i 2002 års svenska valaffischer*. (Doktorsavhandling) Uppsala: Uppsala universitet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:165566/FULLTEXT01.pdf>