

Jørgen Alnæs

*Høgskolelektor
Institutt for journalistikk og mediefag
Høgskolen i Oslo og Akershus*

Thore Roksvold

*Professor
Institutt for journalistikk og mediefag
Høgskolen i Oslo og Akershus*

Etosimplikaturer i lanseringsjournalistikk

Sammendrag

Avisjournalistikk er gjerne strategisk kommunikasjon. Journalisten har en intensjon om å fylle redaksjonelle rammer; kilden ønsker å framstå mest mulig positivt med sitt ærend. Derfor kan det ofte hende at avisteksters grunnleggende ærend er et annet enn det tilsynelatende. Dette andre ærendet framstår i stor grad implisitt i teksten, men kan etter vårt syn identifiseres ved analyse av semantiske og pragmatiske implikaturer (Sigrell 2001). Gjennom analysen og begrepsbruken håper vi å konkretisere og vise hva tolkingsaktivitet kan være, og hvordan etisk problematiske trekk er innbakt i tekst og kontekst i et oppslag som viser seg å være en pseudonyhet. Som case velges et Dagbladet-intervju med kjendisartisten Bjørn Eidsvåg og en anmeldelse av en CD han samtidig ga ut. Analysen søker å få fram hvordan Eidsvåg og Dagbladet ønsker at Eidsvåg skal framstå, hvordan han framstår eksplisitt på oppslagens premisser og hvordan han framstår implisitt i teksten. Case-analysen får fram hvordan etosetablering ved henholdsvis semantiske og pragmatiske implikaturer er relatert til sjanger. Vi bruker segmenteringsanalyse av implikaturer i både Eidsvåg-intervjuet og anmeldelsen. Den får fram sjangerforskjeller blant annet ved at bygging av skribentens etos er særlig sentral i anmeldelsen, først og fremst realisert ved pragmatiske implikaturer. Pragmatiske implikaturer realisert ved evaluative språkhandlinger karakteriserer anmeldelsen som sjanger. Segmenteringsanalysen får også fram at den skribentetos Dagbladet setter på spill i intervjuet, delvis restaureres i anmeldelsen. Analysen brukes som utgangspunkt for en diskusjon av problematiske sider ved lanseringsjournalistikk – med relevans for de presseetiske regler i Vær varsom-plakaten.

Innledning

Vi ønsker i denne artikkelen å vise hvordan en retorisk analyse av et avisoppslag kan gjennomføres for å etablere en forståelse av hvorfor og hvordan oppslaget er kommet i stand.

Det er altså en analyse av samspillet mellom tekst og kontekst der vi prøver ut en metode for å analysere implisitte budskap – med særlig henblikk på etosetablering.

Caset vi analyserer, er et nyhetsoppslag med intervju og bilde av Bjørn Eidsvåg der han hevder han er blitt presset til å gi ut en biografi om seg selv, og at han angrer i ettertid. I artikkelen kommer det også fram at han er aktuell med en ny CD. Denne CD-en blir vurdert i en anmeldelse som står sammen med intervjuet. Vi vil analysere samspillet mellom nyhetsoppslaget og anmeldelsen i retorisk og presseetisk perspektiv.

Et samarbeid mellom en kilde og et medieorgan kan ofte være fruktbart for begge parter. Avisa, TV- eller radiokanalen kan få et godt oppslag, og kilden kan få oppmerksomhet. Ofte er begge tjent med at samspillet dem imellom ikke framstår som et planlagt samarbeid. Dette gjelder ikke minst i saker hvor kilden kan få økonomisk avkastning av oppmerksomheten. Da er det viktig for kilden å framstå som autentisk og ektefølt, ikke som en som er ute etter publisitet og penger. Samtidig er det viktig for medieorganet å vise sin uavhengighet og integritet; det må ikke se ut som om de der lar seg lure eller spiller med for å gi en oppmerksomhetssøkende kilde det han ber om. Pressens egne retningslinjer slår fast at *«produktomtaler og produktplassering skal være journalistisk motivert»* (Tekstreklameplakaten punkt 1) og advarer mot ukritisk bruk av kilder, spesielt kilder som tilbyr eksklusivitet (Vær varsom-plakaten punkt 3.2).

Samspillet mellom kilde og medieorgan er gjerne tonet ned og tilslørt i teksten, men avdekkes ved kritisk analyse og tolking av implisitt informasjon. Slik tilsløring kan være problematisk av to årsaker: 1) Er det et tett forhold mellom kilden og journalisten, vil det være etisk problematisk å tildekke dette forholdet. Det vil grense til manipulasjon. 2) Ei slik tildekking vil dernest være retorisk problematisk fordi den vil stå i fare for å bli avdekket – og det vil slå tilbake på medieorganets troverdighet.

Det er altså interessant å undersøke hvordan samarbeidet mellom en kilde og et medieorgan framstilles som mest mulig tilforlatelig. En måte å undersøke dette på, er å gå nært på teksten og beskrive hvordan det implisitte budskapet formidles. Da blir det synlig i hvilken grad medieorganet legger til rette for fortolkningen, og hvilke grep som er tatt for å tildekke samarbeidet. Dette lar seg vanskelig avdekke i en kvantitativ innholdsanalyse, en diskursanalyse som ikke går tett inn på teksten, eller i en rammeanalyse som overser eventuelle implisitte budskap.

I kjendisjournalistikken er samarbeidet mellom kilde og medieorgan spesielt interessant. Kjendiser fanger oppmerksomheten fordi de er kjendiser, og publikum leser nysgjerrig kjendisoppslag for å få vite hvordan kjendisene “har det”. Følgelig slår mediene opp kjendisstoff for å få større publikum – flere lesere, lyttere og seere. Kjendisene på sin side lever ofte av nettopp å være kjendiser. Deres yrkesutøvelse er gjerne knyttet til det å være kjent. Det gjelder kongelige, politikere, kunstnere, kulturpersonligheter, sportsprofiler, journalistprofiler og artister. De er avhengige av offentligheten for å holde seg i folks bevissthet. Publisitet stimulerer deres salg av seg selv og sine produkter, og publisitet forutsetter medieeksponering. På samme måte som det foreligger en symbiose mellom sport og medier, foreligger det en symbiose mellom kjendiser og medier (Helland 2003; Dahlén 2008). Mediene bruker kjendisene for å øke salget av egne produkter og reklameplass, og

kjendisene bruker mediene til å promotere seg selv og sine produkter. De har gjensidig fordel av å bruke hverandre. Symbioseforholdet mellom journalist og kilde kan beskrives i et bytteteoretisk perspektiv, som er basert på handelsprinsippet om tilbud og etterspørsel av en vare; journalister og kilder bytter informasjon mot oppmerksomhet (Kristensen 2004, s. 71; Sogn 2012; Allern 1997, s. 48).

Hvis kjendisen er en politiker, fester vi lit til politikerens budskap hvis politikeren framstår med en sterk etos for oss. Tilsvarende gjelder for de andre kjendistypene. En artist er avhengig av medieeksponering for å gi utgivelsen størst mulig oppmerksomhet. Hvordan kan artisten da bruke sitt image for å få medieeksponering? Og hvordan virker symbiosen mellom kjendiser og medier når kjendiser får medieoppmerksomhet?

I denne artikkelen vil vi belyse følgende spørsmål: 1) Hvordan etableres etos implisitt i teksten som blir analysert? 2) Hva slags typer implikatur er det særlig som etablerer etos i de foreliggende tekstene, og hvordan kan dette knyttes til sjanger? 3) Hvordan kan en detaljert analyse på tekstnivå belyse relasjonen mellom kjendis og medium?

Viktige begreper

Etos

Det eksplisitte og det implisitte i en tekst samvirker i etablering av etos, som vi kan oversette med “troverdighet”, som igjen betyr “verdig til å bli trodd på”. En som er verdig til å bli trodd på, får vår tillit og sympati. Både kjendisene og medieorganet søker kontinuerlig å bekrefte sin etos. Det henger nødvendigvis sammen med symbiosen mellom kjendiser og medier. Intervjuobjekter konstruerer sin etos, og journalistene konstruerer både sin, intervjuobjektens og mediets. Dette er den etos som utformes i teksten – avledet etos (Kjeldsen 2004, s. 126; McCroskey 2006, s. 90ff).

Det er tre ting som gjør en taler overbevisende, skriver Aristoteles. Det er hans forstand, hans personlige karakter og hans velvillige innstilling (Aristoteles 2006, s. 104). Bare hvis taleren har en god karakter og god vilje, kan vi være sikre på at han sier hva han mener. Men hva kjennetegner en god karakter? Aristoteles henviser til sin diskusjon av «*Hva som fortjener ros*», der han blant annet trekker fram dydene rettskaffenhet, mot, selvbeherskelse, storslåtthet, generøsitet, gavmildhet, mildhet, fornuft og visdom (2006, s. 63). Velvilje omtaler Aristoteles som å ønske noen et gode eller gjøre en god gjerning for den andres skyld, ikke for at man selv skal oppnå noe (2006 s. 117, s. 131).

Aristoteles’ tre etosdimensjoner har vært utgangspunktet for McCroskeys tre dimensjoner: kompetanse, karakter og goodwill eller «*perceived caring*», men er ikke helt de samme (McCroskey, 2006, s. 86). Kompetanse er noe snevrere enn Aristoteles’ forstandighet/klokskap. Å ha “perceived caring” eller goodwill hevder McCroskey er å være empatisk, forståelsesfull og lydhør.

Anders Johansen har trukket fram et aspekt som vil styrke en persons troverdighet, og det er autentisiteten (2002, s. 71–73). Han hevder at blant annet på grunn av moderne mediers mulighet til å skape nærhet til politikere har mennesket kommet i sentrum, framfor saka. Folk vet at politisk kommunikasjon er strategisk; derfor er det viktig for en politiker å framstå som

menneskelig og naturlig og vise at man mener det man sier, og at man “er seg selv”. Autentisitet knytter seg nærmest opp mot karakter. Johansen hevder at autentisitet kan overskygge spørsmålet om kompetanse og spørsmålet om sannhet og løgn: «*Å snakke sant er ingenting mot å være sann*» (2002, s. 80). Jens Elmelund Kjeldsen har oppsummert tre sider ved en autentisk væremåte: 1) å ikke framstå som iscenesatt, 2) å framstå som intim, personlig og ekte engasjert, 3) å være konsekvent i situasjonen og over tid (Kjeldsen 2004, s. 121).

I forsøket på å finne generelle aspekter ved etos er man nødt til å overse det situasjonelle. Dette er problematisk, fordi enhver retorisk situasjon er unik, og enhver mottaker er unik (Kjeldsen 2004, s. 143f). Slik har både Aristoteles', McCroskeys og Johansens teorier begrensinger og kan ikke gi oss endelige svar på hva publikum vil oppfatte som troverdig. Vi kan altså ikke operere med et fullstendig system, men det er heller ikke ønskelig. Disse ulike teoriene kan hjelpe oss med å diskutere hvordan Eidsvågs etos virker, og hvordan det eventuelt kan virke på ulike måter i ulike sjangrer.

En kommentarartikkel er en mer åpent logisk argumenterende tekst enn et intervju, der etos i større grad utvikles også gjennom narrasjon. Det implisitte behøver ikke være logiske argumenter. Det kan være kunnskap, holdninger, normer, myter og fortolkningsrammer (Tuchman 1978). Hellspong (2000) trekker også inn «*berättelser*». Nyhetsartikkelen vi har valgt å analysere, er mer fortellende enn argumenterende. Dermed blir det mulig å trekke inn også andre overbevisningsgrunner enn de logiske.

Inntrykket vi får av en person, skapes av eksplisitte beskrivelser eller betegnelser, for eksempel «Den populære artisten», men også av hva vedkommende sier og gjør, og måten dette framstilles på. Slik etableres etos ofte implisitt. Derfor mener vi at en analyse av hvordan etos etableres, innebærer en analyse av implikaturer.

Implikatur

Implikaturer er implisitte sammenhenger. De formidler hva noe innebærer. En norsk oversettelse av implikatur kunne være “innebæring”. Vi vil i vår analyse skille mellom *semantisk* og *pragmatisk* implikatur (Levinson 2000, s. 168, s. 243).

Mellomtittelen «*Følte seg presset*» i artikkelen «*Presset til å gi ut boka om seg selv*» innebærer at Eidsvåg var i en tvangssituasjon. Han måtte gjøre som han gjorde. Dette er hva vi vil kalle semantisk implikatur. Hva vi skal utlede i implikaturen, er språklig innbakt i utgangsetningen, i ordet «*presset*». Er vi i tvil om vi har å gjøre med semantisk implikatur, kan vi bruke en substitusjonstest: Hvis vi, ved å bytte ut et ord med et annet, kan endre implikaturen, men i grove trekk beholde betydningen i ytringen, har vi å gjøre med semantisk implikatur. Bytter vi ut «*presset*» med «*lokket*» eller «*oppfordret*», vil innholdet være noenlunde det samme, men implikaturen er endret. Et annet eksempel er overskriften «*CV*». Implikaturen her er at Eidsvåg og Dagbladet er seriøse. Innholdet i overskriften endres ikke mye om vi isteden skriver «*Livsløp*», «*Eidsvågs liv og virke*» eller «*Dette er hva Eidsvåg har fått ut av livet*», men implikaturen blir en annen.

Pragmatiske implikaturer er ikke språklig innbakt i den realiserste utgangsytringa, men kan utledes av konteksten. «*Følte seg presset*» innebærer også at siden Eidsvåg var i en tvangssituasjon og måtte gjøre som han gjorde, kan han ut fra våre sosiale og kulturelle

normer ikke lastes for at biografien ble gitt ut. Han er altså ikke skurk, men offer. Han fortjener medynk mer enn forakt, og det styrker hans etos. Det vil vi si er en pragmatisk implikatur.

Skillet mellom semantisk og pragmatisk implikatur er nødvendig for å presisere hvordan det implisitte budskapet kan utledes. Det vil også gjøre det lettere å peke på hvordan dette er kommunisert. En kilde som uttaler seg til en avis, vil til en viss grad ha kontroll på det underforståtte budskapet i sine ytringer. De semantiske implikaturene vil være de samme, så lenge setningen ikke skrives om. Noe av det implisitte innholdet i ei ytring vil imidlertid være påvirket av konteksten. Får setningen en ny kontekst, kan den oppfattes på en annen måte, og vi kan utlede et nytt implisitt budskap av den. Da er det de pragmatiske implikaturene som har forandret seg. De pragmatiske implikaturene er det altså, i dette tilfellet, journalisten eller medieorganet som kontrollerer. Ved å skille mellom semantisk og pragmatisk implikatur kan vi lettere se hvordan kilde og journalist/medieorgan samvirker når et implisitt budskap etableres. Og vi ser lettere hvordan etos etableres i samspill mellom ordvalget i teksten og de kulturelle normene i konteksten.

Semantiske implikaturer velger vi å tolke ut fra innholdsorda i teksten – vesentlig på bakgrunn av denotasjon og konnotasjon. Pragmatiske implikaturer velger vi å tolke ut fra kulturell og sosial kontekst med sine normer og myter, den retoriske kommunikasjonssituasjonen og funksjonsord og språkhandlinger som er relatert til den verbale konteksten.

Språkhandlinger inngår i analysen av pragmatisk etos-implikatur, siden det er konteksten som avgjør hva slags språkhandling ei ytring utgjør. Konteksten avgjør om f.eks. påstanden «Du er trøtt» er fastslående eller vurderende. Hvis påstanden oppfattes som fastslående eller «konstativ», kan «trøtt» kan erstattes med det beskrivende adjektivet «søvning» (Eriksson 1999, s. 4–5, s. 8). Hvis påstanden oppfattes som vurderende, kan «trøtt» erstattes med det karakteriserende adjektivet «kjedelig» (Togeby 1977). Vi velger å bruke termen «*evaluativ*» om vurderende språkhandlinger (Roksvold 2005, s. 25f). Språkhandlinger fortolkes ut fra kommunikasjonsnormer.

For å utlede pragmatisk implikatur bruker vi vår kunnskap om både situasjonskonteksten, den tekstuelle konteksten og kulturkonteksten (Hågvar 2007, s. 30-31). Den tekstuelle konteksten til ei ytring vil i vår sammenheng både være den konkrete teksten som ytringa er en del av, men også andre faktiske tekster, eller spor av andre tekster. På denne måten dreier analysen av pragmatisk implikatur seg i noen grad om å avdekke tekstens intertekstualitet. Fairclough skiller mellom to typer intertekstualitet, nemlig «*manifest intertextuality*» og «*interdiscursivity*» (Fairclough 1993, s. 85). Per Ledin bygger på disse to begrepene når han skiller mellom «*tekstsamspill*» og «*normsamspill*». Tekstsamspill dreier seg om at hele eller deler av andre tekster er eksplisitt til stede i en annen tekst (Ledin 1997, s. 37). I en analyse av tekstsamspill vil hovedspørsmålet være «*Vem har ordet?*» (Ledin 1997, s. 45). Normsamspill dreier seg om et samspill mellom «*olika slags discourse types eller textnormer*» (Ledin 1997, s. 37). Discourse types består av «*en uppsättning genrer, diskurser, stilar etc.*». Hovedspørsmålet i en analyse av normsamspill vil være «*Hur talar den som har ordet?*» (Ledin 1997, s. 44). En analyse av pragmatisk implikatur vil kunne avdekke både

tekstsamspill og normsamspill. For å utlede pragmatisk implikatur trekker vi blant annet på sjanger, diskurs, stil og andre konkrete tekster. Når vi utleder semantisk implikatur, trekker vi bare på vår semantiske kompetanse.

Talking av semantiske og pragmatiske implikaturer kan ses som ulike omdreininger i den hermeneutiske sirkel, som Paul Ricoeur heller ser for seg som en spiral, når han skriver at forklaring «*stems from the very sphere of language, by analogical transference from the small units of language (phonemes and lexemes) to the units larger than the sentence, such as narratives, folklore and myth*» (Ricoeur 1981, s. 157). Hvert omdreiningspunkt også i vår analyse av Eidsvåg-oppslaget impliserer en bestemt lese- og fortolkningsstrategi – slik at å fortolke semantiske implikaturer foregår på et mer grunnleggende strukturelt nivå, mens pragmatiske implikaturer fortolkes på et overordna nivå i en semiologisk dimensjon som også impliserer myter og normer.

Sjanger

Per Ledin har en kort og presis sjangerdefinisjon: «*En genre ser jag som en fast och återkommande uppsättning textnormer, som är bunden till en viss social aktivitet och som är namngiven*» (Ledin 1997, s. 42). Carolyn Miller knytter sjanger til retoriske handlinger og argumenterer for at en sjangerdefinisjon «*ikke må konsentrere seg om diskursens substans (innhold) eller form, men om den handlingen den blir brukt til å utføre*» (Miller 2001, s. 20). De to journalistiske sjangrene vi har undersøkt, anmeldelsen og nyhetsartikkelen, er begge en del av en informasjons- og meningsformidling som foregår i avisa, men de brukes ulikt og kan knyttes til ulike språkhandlinger. Nyhetsartikkelen formidler hvordan noe er (konstativ), mens anmelderen formidler sine opplevelser (ekspressiver) av noe og sine vurderinger, som vi kaller evaluativer. Også nyhetsartikkelen formidler meninger og vurderinger, men da er det som regel intervjuobjektet som står for disse. Journalisten, forventer vi, er nøytral. Det er grunn til å tro at denne forskjellen vil resultere i ulike måter å bygge etos på. Dette vil vi undersøke når tekstene segmenteres.

Også Norman Fairclough knytter sjanger til en handling eller en sosial aktivitet:

I shall use the term 'genre' for a relatively stable set of conventions that is associated with, and partly enacts, a socially ratified type of activity, such as informal chat, buying goods in at shop, a job interview, a television documentary, a poem, or a scientific article. A genre implies not only a particular text type, but also a particular process of producing, distributing and consuming texts (Fairclough 1992, s. 126).

En sjanger kjennetegnes altså ikke bare ved innholdsmessige og formelle trekk, men også gjennom måten den er produsert på, og måten den leses på. I vårt tilfelle sammenlikner vi to tekster i samme avis og samme oppslag. De tilhører to ulike sjangrer, og dette innebærer blant annet at de er produsert på ulike måter. En del av produksjonen av intervjuet har vært en samtale med intervjuobjektet, en del av produksjonen av anmeldelsen har vært å fordype seg i et produkt, i dette tilfelle en CD.

Som Fairclough peker på, innebærer en sjanger også at teksten oppfattes og brukes på en bestemt måte. Den mest innlysende forskjellen på en anmeldelse og en nyhetsartikkel i

dette henseende er nok at avislesere flest vet at de finner hovedpoengene tidlig i nyhetssaken, mens de finner konklusjonen mot slutten av en anmeldelse. Derfor vil en leser skumlese de to tekstene på helt ulike måter. Men det finnes også andre forskjeller knyttet til leserens forventninger. Siden anmelderens vurdering står sentralt i anmeldelsen, mens journalistens formidling av fakta og synspunkter er det sentrale i nyhetsartikkelen, vil leseren være opptatt av begge skribentenes etos, men muligens i ulik grad og på ulik måte. Nyhetsartikkelen er imidlertid ingen heterogen sjanger, og det er grunn til å tro at leserne har ulike forventninger til journalistens integritet også i ulike nyhetsartikler.

Eidsvåg-intervjuet med bilde

Et poeng med vår analyse er å vise hvordan sjangerforskjeller fordrer ulik retorisk strategi i etablering av etos som implisitt budskap i teksten, og hvordan strategien for å analysere implisitt etablering av etos også blir ulik for tekster i ulike sjangrer. Tekstene som analyseres, vil, som nevnt, bli segmentert (Hågvar 2007, s. 56ff). Vi lar utsagn i tittel, eller utsagn som avsluttes av stort skilletegn (periode), utgjøre et segment. Hvis flere perioder etter hverandre har samme etos-implikatur(er), slår vi dem imidlertid sammen.

De foreliggende segmenteringsanalysene er tenkt som praktiske eksempler på diskursanalyse der teksten er i sentrum. Samfunnsvitenskapelige diskursanalyser beskriver sosial praksis og diskursiv praksis, men mangler ofte metode for å beskrive teksten inngående (Fairclough 2008, s. 29). Det er derfor også et poeng med denne analysen å eksemplifisere ei retorisk metodisk tilnærming til diskursanalyse av tekst. Analysen er ment å være kritisk ved at vi i siste kolonne i segmenteringsskjemaet problematiserer etos-implikaturene vi analyserer fram. Til slutt følger – på bakgrunn av tekstanalysen – noen betraktninger knyttet til spørsmåla nevnt innledningsvis om symbiosen mellom kjendiser og medier.

I oppslaget er bildet det første tekstelementet som etablerer etos. Det er slått stort opp både på førstesida og inne i avisa. Ved analyse av bildet er det særlig fruktbart å beskrive konnotasjonene. På denotasjonsnivået ser vi et mannsansikt. Personen på bildet identifiseres som Eidsvåg. Han har skjegg og langt hår, som godt kan konnotere artist. Han holder venstre håndflate foran det ene øyet, som er skjult. Det andre ser skrått ned, litt til venstre for betrakteren. At Eidsvåg ikke har øyekontakt med betrakteren, kan tyde på unnvikenhet, men øyet ser verken skamfullt eller trist ut (Øyslebø 1988, s. 132f). En halvåpen munn med munnvikene trukket litt opp kan være tegn på at han snakker, eller at han har smilt eller ledd. Hånda kan indikere at han verger seg, fordi han føler frykt eller engstelse. Det kan også skyldes at han skjuler seg, fordi han skammer seg eller er uærlig. Det kan da også hende at Eidsvåg tørker ei tåre, fordi han er trist, eller fordi han nettopp har ledd. Spor av smil i munnvikene kan tyde på det siste. I så fall står bildet dårlig til teksten som er lagt oppå bildet.

På førstesida får vi vite at «*Bjørn Eidsvåg angrer på biografien*» (sgm 1), at han er «*presset til INTIME betroelser*» (sgm 2), og at han har det «*TUNGT: Bjørn Eidsvåg bidro til sin egen biografi for å ødelegge for en konkurrent. Nå angrer han*» (sgm 3). Inne i avisa ligger verbalteksten «*Bjørn Eidsvåg angrer på biografien*» (sgm 4) og «*PRESSET til å gi ut boka om seg selv*» (sgm 5) oppå bildet. Tekstforankringa både på førstesida og inne i avisa

styrer lesemåten i retning av at Eidsvåg verger seg eller skjuler seg med hånda. Men restene av smil rundt munnen og i øyekroken passer ikke med teksten. Når Dagbladet setter sammen tekst og bilde på denne måten, blir oppslaget tvetydig, og Eidsvåg framstår som uærlig. Det kan se ut som om han bare later som om han verger eller skjuler seg. Det kan også hende at han poserer etter anvisning fra fotografen. Eller det kan hende han bare klør seg i øyet. Men «generelt gjelder at alle former for å klø, gni eller på annen måte fikle ved egen kropp uttrykker en sinnsstemning. Bl.a. ved løgn og andre forsøk på å lure mottaker øker selvberøringen» (Øyslebø 1988, s. 193). Det er Dagbladet som med sin tekst prøver å styre måten vi skal oppfatte kroppsspråket i bildet på, og det er selvfølgelig Dagbladet som har valgt ut akkurat dette bildet. Når kroppsspråket så ikke harmonerer med fortolkningsramma som Dagbladet legger på bildet, er det kanskje Dagbladet som er uærlig (Tuchman 1978; Entman 1993; Allern 2001, s. 68f). Men leseren vil kunne oppfatte både Eidsvåg og Dagbladet som tvetydige, og denne tvetydigheten preger hele oppslaget.

Eksplisitt forteller teksten om hvorfor Eidsvåg tok kontakt med en biograf, og hvorfor han i ettertid har angret på dette. Teksten forteller også om Eidsvågs private økonomi og at Eidsvåg er glad han har god råd. Siste del av teksten handler om Eidsvågs nye album og innspillinga av det. Flere steder i teksten omtales personlige egenskaper ved Eidsvåg i klartekst. Dagbladet forteller om Eidsvåg at han «[l]ar seg ikke mobbe» og at han er en mann «som nyter opplevelsene fjellvandring og naturen gir ham». Dagbladet lar også Eidsvåg si at han «alltid har skjernet og vernet familien», at han har blitt «klokere, mindre høy på pæra» og har fått «større selvinnstikk». Sju ganger omtaler Dagbladet eller Eidsvåg eksplisitt egenskaper ved Eidsvåg. Hvis Eidsvåg har disse egenskapene, har han rimelig god etos, om vi ser etter en mann å kjøpe musikk av: Han har kompetanse til å lage musikk som selger, han er klok og fornuftig og har god karakter (han lar seg ikke mobbe eller skremme). Etosdimensjonen goodwill/velvilje omtales derimot ikke eksplisitt. Det står heller ikke noe eksplisitt om Eidsvågs autentisitet. Men som lesere forholder vi oss selvfølgelig også til det implisitte, og der nyanseres bildet av Eidsvåg.

Ved analyse av verbalteksten er det særlig nyttig å identifisere implikaturer, og undersøke hvordan de etablerer etos. For enkelthets skyld fører vi Eidsvågs og Dagbladets etos inn i ett og samme skjema. Semantisk implikatur forkorter vi til «sim» og pragmatisk implikatur til «pim».

I skjemaet som følger, er intervjuet fra oppslaget segmentert i venstre kolonne. I midtkolonnen beskrives hva slags etos som etableres gjennom semantisk og pragmatisk implikatur i segmentene. I høyre kolonne problematiserer vi segmentenes etos-implikatur.

Vi har to konkurrerende innholdssekvenser i teksten: biografisekvensen (sgm 1-6, 17, 19-36 og 51-55) og promoteringssekvensen (sgm 7-16, 18 og 37-50) (Hågvar 2007, s. 80). Spillet mellom disse sekvensene skaper den tvetydigheten i oppslaget som vi allerede har påpekt i analysen av oppslagsbildet.

Spalten lengst til venstre i oppslaget inne i avisa er viet Eidsvågs CV. Overskriften «CV» konnoterer seriøsitet og faglig tyngde. Dette er, som vi har nevnt tidligere, semantiske implikaturer. Sannsynligvis leser de færreste hele CV-en før de begynner på teksten som er hovedoppslaget, men om leseren bare ofrer CV-en et kort blikk, vil den likevel, gjennom

semantiske, men framfor alt pragmatiske implikaturer, gi både Dagbladet og Eidsvåg et solid utgangsetos – innledende etos (Kjeldsen 2004, s. 123; McCroskey 2006, s. 87ff).

CD-anmeldelsen er plassert lengst til høyre. Tittelen «*Noen friske pust*», undertittelen «*Nesten irriterende på det jevne*» og terningkastet (en firer) forteller at Dagbladet ikke utelukkende stryker Eidsvåg med hårene, og at avisa er selvstendig og profesjonell overfor kildene sine. Pragmatiske implikaturer i anmeldelsens tittel og undertittel vil være at «*Dagbladet har integritet*».

Bjørn Eidsvågs etos bygges særlig i den første delen av teksten (sekvensene 1–27). Problematiseringene i høyre kolonne av segmenteringsskjemaet påpeker forholdet eller misforholdet mellom det som kommuniseres eksplisitt, og det som er implisitt. Det som kommuniseres eksplisitt, er tilforlatelig etosbygging. Det som kommuniseres gjennom semantiske og pragmatiske implikaturer er mer problematisk, og kan i større grad diskuteres:

Segmentert tekst	Semantisk etos-implikatur (sim)	Pragmatisk etos-implikatur (pim)	Problematisering
1) Bjørn Eidsvåg angreer på biografien (Overtittel s. 1)		Bjørn Eidsvåg (BE) er åpenhjertig.	
2) – presset til INTIME betroelser (Hovedtittel s. 1)	BE er et offer (sim pga. «presset»).		Dagbladet uthever ordet «intime». I artikkelen bruker ikke BE selv det ordet. Likevel utlegger Dagbladet ved hjelp av replikkstrekk både «presset» (som BE heller ikke bruker i noen replikk i artikkelen) og «intime» som BE-sitater. Det er tydelig at Dagbladet ønsker å framstille BEs situasjon som mer vanskelig enn det han selv har gjort. Slik styrker Dagbladet BEs etos. Samtidig spiller de høyt med sin egen etos, og stoler på at leseren ikke legger merke til uoverensstemmelsen mellom tittel og ingress.
3) TUNGT: Bjørn Eidsvåg bidro til sin egen biografi for å ødelegge for en konkurrent. Nå angreer han. (Bildetekst s. 1)		BE er en antihelt.	Hvor edelt er det å ødelegge for en konkurrent? At BEs motiv for å gi ut sin egen biografi var å ødelegge for en konkurrent, undergraver framstillinga av BE som et

			offer under press. Dermed kan BE oppfattes som mindre edel, og Dagbladets etos svekkes ved at grunnlaget for å framstille BEs situasjon som press er mindre entydig.
4) Bjørn Eidsvåg angrer på biografien (Overtittel s. 50)		Som sgm 1.	
5) PRESSET til å gi ut boka om seg selv (Hovedtittel s. 50–51)	BE er et offer (sim pga. «presset»).		«Presset» angis som et faktum. Er det dekning for det? Personen som skulle ha utøvd presset, hevder det motsatte. Igjen spiller Dagbladet høyt med sin egen etos for å framstille omstendighetene rundt BEs handlinger som formildende. Dagbladet styrker sin etos ved å bringe konkurrentens motsvar ukommentert, men etos framstår som svekket når dette kontrasteres med vinklinga av saka (BE som et presset offer).
6) Ble plaget: Bjørn Eidsvåg skulle gjerne sett at boka om ham aldri ble utgitt. Han følte seg presset til å gi ut biografien, som kom i fjor – En tvilsom fyr plaget og presset meg om (sic! Vår komm.) mine nærmeste for opplysninger. For å komme ham i forkjøpet, tok jeg selv kontakt med en annen biograf, sier Eidsvåg. (Bildetekst s. 50–51)	BE er et offer (sim pga. «presset»).	BE er et godt menneske. BE er anstendig, siden han ikke navngir den tvilsomme fyren.	Den tvilsomme fyren er ikke navngitt, verken av BE eller av Dagbladet. Holder BE navnet hans hemmelig for å være diskret eller for desto friere å kunne omtale vedkommende negativt? Hvis det siste er tilfelle, framstår BE som uhederlig. «Følte seg presset» er mer forbeholdent enn «[var/ble] presset» i sgm 2 og 5.
7) «Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger.» Bjørn	BE er familiekjær.	BE er et offer. Han har vært naiv, men er ærlig. Det er synd på BE, som	BE appellerer til patos når han trekker inn familie, venner og kolleger. Vi får ikke vite hvordan disse er blitt belastet.

Eidsvåg (Sitat s. 50, trukket ut fra teksten)		dog makter å vise omtanke for andre.	
8) Biografien om Bjørn Eidsvåg har vært en stor belastning for ham og familien. Den populære artisten angrer på at han fortalte om sitt liv.		Som sgm 7. (At BE er populær, er her semantisk presupponert, ved at nominalhypotagmet står i bestemt form.)	Se sgm 7. Adjektivet «stor» kan forsterke medynksfølelsen. Adjektivet «populære» forstørker kontrasten mellom suksess og feilgrep. Adjektiva er virkemidler i Dagbladets patos-retorikk. Gjennom bruken av «populære» etablerer Dagbladet en egen kontekst som styrer lesinga av segment 9. Kontekstvirkingen hadde blitt en annen om de istedenfor «populære» hadde skrevet for eksempel «styrtrike».
9) - Angrer, ja. Jeg bebreider ikke biograf Randi Berge Svendsen, hun gjorde en god jobb. Men jeg ville ikke tatt initiativ til boka i dag, sier Bjørn Eidsvåg.	BE er storsinnet (sim pga. «bebreider ikke»).	Teologen BE er en angrende synder. Han lærer av sine feil.	Siden biografen «gjorde en god jobb», bør kanskje leseren kjøpe boka. Nevnes boka for å promoteres igjen? I så fall er BE kynisk.
10) Det er et år siden boka «Bjørn – en biografi kom ut, og han innrømmer at det har vært en vanskelig tid og en ubehagelig prosess.	BE har vegret seg for å fortelle om den vanskelige tida, og journalisten, Anders Grønneberg, har vært pågående (sim pga. «innrømmer»).	BE er beskjeden, og journalisten er kompetent. BE er ydmyk.	Anføringsverbet «innrømmer» er Dagbladets retorikk, og innebærer at en kompetent journalist har fått BE til å åpne seg. Slik fortoner også forholdet mellom BE og Dagbladet seg mindre som et samarbeid. Men vi får ikke her vite hvordan tida har vært vanskelig, og hvordan prosessen har vært ubehagelig. (Anførselstegn etter «biografi» mangler også i originalen.)
11) Belastning for kona (Mellomtittel s. 50)		Som sgm 7.	Hvorfor tenkte ikke BE på det da han fortalte biografien om sitt liv?
12) Bjørn Eidsvåg forteller videre at han	BE er åpenhjertig. (sim	BE er offer.	Er Dagbladets begjær nå mindre når Dagbladet

ble forlegen og sjenert av mye av det som kom fram. Mediene og leserne grep boka med stort begjær og kunne lese om blant annet da han midlertidig flyttet fra kona.	pga. «videre»). BE er beskjeden (sim pga. «forlegen og sjenert»). BE har sviktet kona (sim pga. «midlertidig flyttet fra»).		gjenforteller noe av det som må ha vært vanskelig? Kanskje det inngår i promotering av biografien?
13) - Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger.		Som sgm 7.	Hvorfor skal dette poenget understrekes så sterkt ved gjentakelse? Er det grunn til å tvile på BE, eller må Dagbladet gjenta for å gi inntrykk av at oppslaget er en human touch-historie og ikke ei platepromotering? Hvordan ble biografien utleverende og belastende?
14) - Spesielt kona følte belastningen stor, sier Bjørn Eidsvåg.		Som sgm 7.	
15) - Jeg har alltid skjermet og vernet om familien. Kona syntes overhodet ikke noe om bokprosjektet. Det var mye der det ikke var hyggelig å bli minnet om, sier Bjørn Eidsvåg.		Som sgm 7. BE er en antihelt.	Hva «mye» var det ikke hyggelig å bli minnet om? Hvordan kan vi tro på at BE er et offer hvis han ikke dokumenterer?
16) Følte seg presset		Som sgm 5.	At BE «følte seg» presset, betyr noe annet enn at han var presset (se sgm 2 og 5).
17) Det var Eidsvåg selv som tok initiativ til biografien. Det var ikke et stort ego eller ønske om ei bok om seg selv som fikk ham til å ta kontakt med biograf Svendsen. Han følte seg presset til å gjøre det.		BE er oppriktig og ikke feig. BE er beskjeden. Ellers som sgm 5.	Dagbladet kobler BE til stort ego når han må dementere at det har vært en drivkraft. Dette svekker BEs etos og stiller spørsmål ved Dagbladets vinkling (BE er et offer). BE fraskrives ansvar når det står «fikk ham til å ta kontakt» istedenfor «tok kontakt». Eksplicit styrker Dagbladet her si vinkling av BE som offer. Implisitt svekker de imidlertid den

			vinkelen ved å minne om at egostimulering kan ha vært et motiv for å gi ut selvbiografien. Denne doble forståelsen korresponderer med tvetydigheten som oppstår i møtet mellom eksplisitt og implisitt mening også ellers i oppslaget.
18) - Det var noen tvilsomme folk som ønsket å lage en biografi om meg.	BE har vært utsatt for noe nær en mafia (sim pga. «tvilsomme folk»). (At folka var tvilsomme, er semantisk presupponert.)	BE er et uskyldig offer	På hva slags måte tvilsomme? Hvem er folka, hvor mange var de, hva var deres motiv, og hva var deres prosjekt?
19) - Vedkommende plaget meg og mine nærmeste – ringte datteren min og andre rundt meg for å få ut opplysninger. Jeg var under press, og for å komme vedkommende i forkjøpet, tok jeg initiativ selv.		BE er ikke utleverende. BE er et offer. BE er omsorgsfull. BE er handlekraftig.	Det er lettere å bakvaske «vedkommende» enn en som er navngitt. Hvem er «de andre»? «Var under press» er svakere enn Dagbladets varianter i sgm 2 og 5.
20) Eidsvåg har revurdert sitt syn på biografier:		BE lærer av sine feil (pim).	
21) - Jeg er ikke lenger sikker på at det er riktig at en biografi skal komme ut før en er død.		Som sgm 20.	Det er semantisk presupponert (pga. «ikke lenger») at BE godt kan tenke seg en biografi etter sin død. Er egoet likevel stort?
22) Ga større selvinnsikt		Teologen BE finner mening i motgangen, og er et positivt menneske.	BE fokuserer seg selv.
23) Men boka har ikke bare gjort livet vanskelig for den	Som sgm 22. BE er avholdt.		Perifrasen «den populære artisten» peker nok mot opplysninger fra CV-en i

populære artisten.			venstre spalte. (At BE er populær, er semantisk presupponert, se sgm 8.)
24) - Boka gjorde meg klokere, mindre høy på pæra og ga meg større selvinnsikt. Den gjorde også forholdet til kona sterkere.		BE er ærlig og svartmaler ikke situasjonen. BE er et godt menneske.	At BE er blitt klokere, mindre høy på pæra og utstyrt med større selvinnsikt, er udokumenterte påstander. Når forholdet til kona er blitt sterkere, var det kanskje likevel bra at biografien ble gitt ut? Har Dagbladet overdrevet BEs anger for å få et bedre oppslag? Er det det vi kan se spor av i tvetydigheten som oppstår mellom bilde og tittel?
25) Bjørn Eidsvåg er en pengemaskin. Han sprøyter store penger inn i sitt selskap Quint, har full kontroll over plateselskapet Petroleum, og kunne i fjor heve en lønn på 5,8 millioner kroner.	BE er opptatt av penger (sim pga. «pengemaskin» etc.). Adjektivet «full» og metaforene «maskin» og «sprøyter» er journalist-hyperboler som minsker BEs etos.		Her er et vendepunkt i teksten. Nå forlates biografisekvensen i hovedartikkelen, og det nye albumet promoteres.
26) - Jeg ble slått av Øystein Sunde, men neste år skal jeg ta ham, ler Eidsvåg før han tar en mer alvorlig tone:	BE er humoristisk (sim pga. «ler») og seriøs (sim pga. «alvorlig tone»).		Til tross for den humoristiske innpakningen virker egoet stort.
27) - Jeg er glad for å ha en så god økonomi. Å tjene gode penger gjør meg ikke forlegen, og jeg håper det fortsetter. Det gir meg trygghet og mulighet til fortsatt å investere i musikken og lage plater – de er ikke akkurat billige.	BE arbeider i kunstens tjeneste.	BE er uselvisk.	Men BE framstår også som selvopptatt.

28) Lar seg ikke mobbe	BE er sterk.		For leseren spiller biografisekvensen stadig med. Er BE blitt mobbet for noe som nevnes der?
29) Bjørn er involvert i et hytteprosjekt på Sørlandet sammen med blant andre sin kunstner venn Kjell Nupen. I disse børskraktider spør det ikke om dette kan bli et tapsprosjekt i stedet for en lur investering.		BE er penge-spekulant. BE kan også bli et økonomisk offer.	Journalisten er dus med intervjuobjektet. Er promoteringa en vennetjeneste fra journalisten? Hvor aktivt er BE involvert? Tjener han ikke bare penger for musikkens skyld? Journalisten mister etos pga. syntaksfeil («spør det ikke om»).
30) - Tanken har slått meg, sier Eidsvåg, som innrømmer at han er glad i ting – alt fra sin lap top til hytta i Skurdalen.	BE er ikke ufeilbarlig (sim pga. «innrømmer»). BE er materialist (sim pga. «glad i ting»).	Journalisten er kompetent, som får BE til å «innrømme».	Hvor bra er det for teologen å være materialist? BE er kanskje ikke bare i kunstens tjeneste (se sgm 27)?
31) Bjørn Eidsvåg er i dag ute med sitt 21. album – denne gangen uten duett med unge vakre kvinner.		BE er ikke knekt (pim). BE er en gammel gris (pim, hjulpet fram av den semantiske presupposisjonen «denne gangen uten»).	Er promoteringa av det nye albumet artikkelens foranledning? Er biografisekvensen bare ei patos-opptakt?
32) Men det er ikke fordi han føler seg mobbet av stempelet som gammel gris.	BE er ikke lummer (sim pga. «stempelet», som konnoterer myte og ikke	BE tjener kunsten.	Når «gammel gris» nevnes, koples BE til lummerhet.

	realitet). (At BE har et slikt stempel, er semantisk presupponert.)		
33) - Jeg kommer nok til å gjøre det igjen. Jeg lar meg ikke skremme. Jeg blir forlegen i duettsituasjoner sammen med kvinner, sier Eidsvåg, som forteller at det oppstår en ertende dynamikk og en leken stemning i slike situasjoner.	BE er modig (sim pga. «lar meg ikke skremme»). BE er ikke frampå (sim pga. «forlegen»). BE liker å flørte (sim pga. «ertende» og «leken»).		Motstridende karakteristikk («forlegen», «ertende» og «leken») gjør det uklart om BE er en gammel gris.
34) Livets gode krefter		BE er positiv.	
35) «Pust» er den siste plata i en trilogi om livets store spørsmål.		BE er en tenker.	Denne sekvensen om BEs nye CD kommer tilforlatelig, men uten at det henger sammen med resten av teksten. Det er uklart for leseren hva det har med saka å gjøre – hvis man ikke har sett og godtatt at saka er et påskudd til å snakke om CD-en, eller at CD-en er et påskudd til å snakke om BEs privatliv.
36) – «Tålt» omhandler mitt forhold til kjærligheten i voksen alder. På «Nåde» er temaet forholdet til døden. På «Pust» ønsker jeg å heie på livets gode krefter, sier Bjørn Eidsvåg, som nyter opplevelsene	BE har sunne interesser (sim, hjulpet fram av semantisk presupposisjon i «opplevelsene [...] gir ham»).	BE mener noe med kunsten sin.	Opplysningene om BEs interesse for friluftsliv virker malplassert, for i denne delen av teksten handler det bare om den nye CD-en. Er opplysningene tatt med for å beholde fokuset på person framfor sak, slik at kontrasten mellom de to sekvensene ikke

fjellvandring og naturen gir ham.			skal bli for stor?
37) Albumet er spilt inn i Sørlands-naust på et Ny-Hellesund, sammen med blant annet legenden Georg Riedel.	BE er sjøl meget anerkjent (sim pga. «legenden»). (At Riedel er en legende, blir semantisk presupponert.)	Journalisten mister etos pga. skrivefeil.	Det er en overflødig artikkel foran stedsnavnet Ny Hellesund i tillegg til en subjektfeil: Riedel er ikke spilt inn; han har spilt inn.
38) - Det var magisk da han pakket ut bassen. Riedel er mannen som skrev låter sammen med Cornelis Wreesvjik og spilte inn plater med Jan Johansson. Da han dro, sa han at dette var hans mest spektakulære innspilling. Han ville ikke engang ha betalt, sier Eidsvåg, som selvsagt sendte ham sin velfortjente hyre.	BE gjør opp for seg (sim, fordi BE betalte). BE har en god moral (sim pga. «selvsagt»).	BE er like stor som Riedel. BE har stort ego. Journalisten mister igjen ethos pga. skrivefeil (hans/sin-feil).	Også i promoteringssekvensen flettes det inn ei bredspektret etos-bygging: BE forteller om sin kompetanse og journalisten om hans gode moral. Men dette går på bekostning av journalistens etos fordi han så tydelig spiller på lag med kilden. BEs selvsakryt motsier sgm 17 og 24.
39) - Presset ikke Eidsvåg (Tittel undersak)		BE er en løgner.	
40) Personen Bjørn Eidsvåg refererer til, tilbakeviser påstandene om at artisten ble presset.		Journalisten er hensynsfull ved å ikke navngi. Dagbladet er aktverdig av samme grunn. Dagbladet styrker sin etos ved å slippe til et motsvar.	I nyhetsartikler er det vanlig å først slippe til et «motsvar» i ei undersak. Likevel er det en underlig balanse mellom de to sidene i saka. Det er også underlig at Dagbladet slår opp BEs versjon som et faktum jfr. sgm 5.

41) - Jeg hadde tre samtaler med Eidsvåg, og ikke på noe tidspunkt presset jeg ham. Han var først ikke avvisende til en biografi, men siden opplyste han at det var noen andre som kom til å skrive ei bok, sier personen Bjørn Eidsvåg refererer til.	BE har hatt sin egen agenda.	Den anonyme er saklig, og begrunner. BE har fart med løgn og angrepet en sakesløs person. Ellers som sgm 40.	
42) Vedkommende nekter for å ha presset opplysninger ut av familien eller andre rundt Eidsvåg.	Vedkommende er offer; BE er skurk.	Dagbladet er upartisk.	
43) - En gang jeg ringte Eidsvåg var det sønnen som svarte, men da ba jeg kort og godt om å få snakke med Bjørn, sier personen som legger til at han liker svært dårlig at Eidsvåg framstiller det som om vedkommende presset artisten til å gi ut en annen biografi.		Som sgm 41.	

Autentisk eller iscenesatt?

Implikaturer blir ikke begrunnet, men presenteres som noe det er enighet om. Og som vi ser av de to midterste kolonnene i segmenteringskjemaet, er det nettopp det diskuterte og uavklarte som kommuniseres gjennom implikaturene. Dette skaper mistro til Dagbladet og Eidsvåg. Slik vi viser i kommentarene i høyre kolonne, kan man undre seg over hvorfor saka i det hele tatt kommer på trykk, og hvorfor Eidsvåg og Dagbladet spiller på lag på denne måten.

Sprikende implikaturer avdekker en mangelfull koherens i teksten som gjør det mulig å tolke etosetableringa som lite vellykket strategisk sett. Spriket ligger til grunn for problematiseringene i høyre kolonne i analyseskjemaet.

Den implisitte etosbygginga foregår både gjennom semantiske og pragmatiske implikaturer. De semantiske implikaturene vil være de samme når en kilde ytrer seg, som når

kilden blir sitert av andre. Ytringa «*Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger*» innebærer at Eidsvåg er familiekjær. Denne implikaturen vil være en del av utsagnet både når setningen blir ytret av Eidsvåg, og når den blir sitert i Dagbladet. Den egenskapen ved semantiske implikaturer at de innebærer det samme når setningen blir ytret av en kilde som når kilden blir sitert, forsterker symbiosen mellom kilde og journalist – ved at begge parter dermed går god for innebæringa.

Både samfunnet, kulturen og den verbalspråklige teksten som omgir et utsagn, vil bidra til hvilke pragmatiske implikaturer vi vil lese ut av ytringa. Når en avis trykker et sitat fra en kilde, vil avisa derfor i noen grad kunne påvirke hvilke pragmatiske implikaturer vi vil lese i ytringa. I Dagbladets artikkel innebærer ytringa «*Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger*» at Eidsvåg er et offer, siden opplysningene fra tittelen om at Eidsvåg ble presset, kombineres med opplysningene om at han gjorde noe som ble belastende for ham selv og familien. Hvis tittelen hadde vært en annen, kunne implikaturen i det nevnte sitatet ha endret seg. Helt til slutt i artikkelen blir personen som Eidsvåg refererer til, intervjuet. Han benekter påstanden fra tittelen, så vi kan godt tenke oss en annen tittel på artikkelen, for eksempel med en opplysning om at Eidsvåg tok initiativ til en biografi (slik han selv sier han gjorde). Da ville et pragmatisk implikatur i ytringa «*Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger*» blitt at Eidsvåg er en angrende synder, og ikke at han er et offer.

Det er ingen ny innsikt at ei ytring endrer betydning når den settes i en annen sammenheng, men det vi oppnår ved å skille mellom semantisk og pragmatisk implikatur, er at vi i større grad kan se hvordan de to stemmene i teksten (Eidsvågs og Dagbladets) virker sammen. Problematiseringa i høyre kolonne viser hvordan Dagbladet konsekvent bygger opp Eidsvågs etos, selv om de fint kunne valgt noe annet uten å gå på akkord med presseetiske idealer.

Segmenteringsanalysen av etos-implikaturer viste noe av det vi med utgangspunkt i teksten og konteksten kan utlede om Eidsvåg. Det vi utleder, er oppsummert i en stor mengde fyndord. Eidsvåg er et godt menneske, trofast, familiekjær, seriøs, produktiv, populær, avholdt, beskjeden og uselvisk. Men han er også kontrastfylt og disharmonisk. Mange av disse karakteristikkene ville ha virket platte på trykk. Ei opprømsing av adjektiver ville vært trettende og lite original, og den ville ha brutt med det journalistiske idealet “show, don’t tell”. Men den ville også ha gitt inntrykk av at journalisten ukritisk hyller Eidsvåg. Når vi selv må utlede hvilke egenskaper Eidsvåg har, er det lettere å akseptere det som sant; det er noe vi har kommet fram til selv.

For noen lesere vil imidlertid bildet slå sprekker. Et vesentlig autentisitetsskrav er å ikke framstå som iscenesatt (Johansen 2002; Kjeldsen 2004, s. 121). I førstesideoppslaget og i bildet fant vi en tvetydighet. Tvetydigheten kan så en mistanke om at dette ikke er så ektefølt som det virker. Denne tvetydigheten preger også artikkelen.

Mange av tvetydighetene, motsigelsene og uklarhetene er knyttet til biografisekvensen. Biografisekvensen inngår i avisas patosretorikk for å etablere sympati for Eidsvåg. Men hvorfor minne om fjorårets biografi når den har vært så belastende, og hvorfor klage over belastningen på kona når både hun og Eidsvåg er blitt styrket av erfaringene?

Eidsvåg er lite konkret når han skal beskrive belastningene. Mye mer konkret er han når han får fortelle om det nye albumet. Eidsvåg er også lite konsis når han skal begrunne presset han skal ha følt. Den anonymiserte skurken i fortellinga presenterer en mer detaljert versjon av hendelsesforløpet, og lykkes godt i å avdramatisere – nettopp fordi Eidsvåg er vag.

Ei sak er at Eidsvåg kan ha brukt biografisekvensen for å promotere det nye albumet; ei anna sak er at Dagbladet har latt ham gjøre det for å få et kjendisoppslag. Mellom biografisekvensen og promoteringssekvensen er det dårlig sammenheng. Bedre er sammenhengen mellom promoteringssekvensen og en anmeldelse av det omtalte albumet, som er plassert sammen med nyhetsartikkelen. Toppoppslag på førstesida og to fulle sider inne i Dagbladets lørdagsutgave er bra utbytte av åpenhertig anger når en skal promotere et nytt album. Men hvordan er Dagbladets utbytte? Det kan godt være journalistisk motivert å skrive om at en av Norges mestselgende artister gir ut ny CD. Slik bryter ikke oppslaget med Tekstreklameplakaten (Norsk Presseforbund 2007). Det er mer tvilsomt hvor fritt og uavhengig Dagbladet har opptrådt overfor kilden sin. Vær Varsom-plakatens punkt 2.2 lyder: «Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold» (Norsk Presseforbund 2008). Dagbladet befinner seg i et etisk grenseland når de går i tospann med en kjendis om å bygge hans etos. Samtidig spiller de høyt med sin egen etos når de systematisk promoterer Eidsvågs CD-utgivelse under dekke av å produsere en kulturnyhet.

Anmeldelsen

At anmeldelsen står sammen med nyheten, er trolig gunstig for Eidsvåg, som ønsker publisitet. Dermed kan Dagbladets etos svekkes. Men det kan også hende Dagbladets etos restitueres ved at avisa i anmeldelsen kan presentere et uavhengig syn og slik vise integritet. Avisen viser åpent at det er en sammenheng mellom artiklene slik de er satt opp. Artiklene representerer ulike sjangrer. Som det framgikk under redegjørelsen for sjangerbegrepet, er sjangrer ulike handlinger knytta til ulike sosiale aktiviteter (Miller 2001, s. 20; Ledin 1996, s. 42). Det kan derfor hende etosetableringa er ulik i nyheten og anmeldelsen. Eventuelle slike forskjeller, og hva de innebærer både som en belysning av den retoriske situasjonen og for en forståelse av sjangersærpreg og sjangerforskjeller, vil framgå av en segmenteringsanalyse av etosetablering ved semantiske og pragmatiske implikaturer i anmeldelsen som også inngår i caset:

Segmentert tekst	Semantisk etos-implikatur (sim)	Pragmatisk etos-implikatur (pim)	Problematisering
1) Noen friske pust		BE har laget ei middels bra plate. Anmelderen	

		(A) er vittig (han lager en allusjon til platas tittel).	
2) At Bjørn Eidsvåg selger mange plater er like sikkert som at han nekter å bryte med sin egen suksessformel.	BE er lite endringsvillig (pga. «nekter»). For BE er det viktig å tjene mange penger.	BE er en suksessrik artist. BE er forutsigbar.	Antyder A at BE burde ha brutt med sin egen «suksessformel»? I så fall markerer han allerede i innledningen en avstand til artisten og musikken.
3) Det preger også «Pust».		«Pust» er lite original. A har god innsikt i BEs produksjon.	A bygger sin egen etos ved å vise kompetanse.
4) Bjørn Eidsvåg «Pust» (Petroleum Records/Sony BMG)			
5) Nesten irriterende på det jevne.	BE er kjedelig.	A er ærlig og direkte. A tar sin kompetanse for gitt (ved evaluativ språkhandling [SH]).	Karakteristikken «på det jevne» kan vise både til BE, som ikke har utviklet seg, og til plata, som er uten overraskelser.
6) CD: Bjørn Eidsvåg har byttet ut deler av bandet og overlatt produksjonen til sin faste trommis Anders Engen (som har byttet ut seg sjøl med Madrugadas Erland Dahlen, og i stedet spiller perkusjon).	BE har nære samarbeidspartnere som han stoler på (han har overlatt produksjonen til Anders Engen).	BE er en mektig artist som fritt kan velge hvem han vil samarbeide med. A er godt informert (konstativ SH).	Her er det interessant agens-bruk. Bandet er ikke byttet ut, BE har byttet det ut. Det er altså BE som er årsaken til endringene. Likevel skriver A at produsenten Anders Engen byttet ut seg selv med en annen. Har BE likevel ikke full kontroll, eller er det A som er upresis?
7) Det er likevel ikke snakk om de store kvantesprangene, verken musikalsk eller tekstlig, når han nå avslutter trilogien som startet	BE vil ikke fornye seg. A synes BE burde ha fornyet seg (sim pga. «likevel»).	BE står på stedet hvil. BE er en ambisiøs artist (han gir ut en trilogi). A tar sin kompetanse for gitt	Som i segment 1 antyder A at han ikke liker BEs musikk. Hadde «likevel» vært byttet ut med «men», ville den semantiske implikaturen blitt en annen.

med «Tålt» og «Nåde».		(evaluativ SH).	
8) «Country-Bjørn»	BE spiller country-musikk.	BE er enkel og sjablongpreget. A er nedlatende.	Konteksten tilsier at «Country-Bjørn» ikke er et kjælenavn her.
9) Med unntak av Geir Sundstøls gitarer, som med sin smakfulle pedal steel på fire spor (sic!) introduserer herved (sic!) «Country-Bjørn», og David Wallumrøds tangenter, ikke minst på «Blikket ditt» og «For seint», holder Eidsvåg seg i trygge, forutsigbare og godt kvalitetssikrede spor.	BE burde endret seg. (sim pga. av «trygge, forutsigbare og godt kvalitetssikrede spor»).	BE er ikke eksperimentell. A viser musikkfaglig kompetanse, men svekker sin etos ved syntaksslurv.	Hvordan kan A rose de nye bandmedlemmene, men ikke BE som har valgt dem ut? A liker ikke BEs musikk; hadde han gjort det, kunne han f. eks ha valgt å skrive «BE leverer varene». Syntaksslurvet består i at A har skrevet «fire spor» istedenfor «spor fire». Dessuten passer ikke «herved».
10) Det er ikke til å komme fra at han er blitt ganske flink til å gjenta seg sjøl, og det er de nevnte herrer som skaper de små tilløp til magi som kan spores på plata.	A er ironisk (pga. «flink») og framstår derved som mindre saklig. A har imidlertid prøvd å se etter variasjon (pga. «det er ikke til å komme bort fra»).	BE står på stedet hvil. A framstår som en mobber ved å gjenta det samme poenget.	Til tross for at A skriver at det er BE selv som har valgt å bytte ut deler av bandet, så er det musikerne og ikke BE som får æren for forandringen. Når A mobber BE ved å gjenta poenget, kan han framstå som usympatisk, mens BE kan få mer sympati.
11) Det er gjort en del vellykte grep, men jeg tror Eidsvåg hadde tålt å bli strukket en god del lenger.	BE er ikke kunstnerisk ambisiøs og kan ikke stå på egne bein. Det er noen andre enn Eidsvåg som har æren for at plata er bra (pga. den agensløse setningen «det er gjort...») og fordi BE er logisk objekt for «bli strukket»).	A framstår ikke som forutinntatt, siden han tror BE har større potensial. A tar sin kompetanse for gitt (evaluativ SH).	Igen framstilles BE som en handlingslammet deltager på sin egen plate. Dette er første og eneste gang A bruker «jeg». Det er også det mest eksplisitte uttrykket for at A ikke er særlig begeistret for BEs tradisjonelle musikk.

12) Ingen duett			
13) I motsetning til de to forrige albumene i trilogien, har ikke dette en søt duett som kan virke som et lokomotiv for platesalget.	BE kan spille på romantikk.	Albumet er på alle måter mislykket. A viser kompetanse.	I sgm. 2, 3, 7, 9 og 10 framholdes at BE ikke fornyer seg. I sgm. 13 framholdes at han ikke gjentar seg.
14) Men han trenger det neppe.		BE er populær uansett. A viser tvisyn og framstår som åpen og kompetent (pga. funksjonsordet «men»).	Det oppstår en kontrast mellom dette og foregående segment, siden det forrige var agensløst. Igjen framstår BE som en som ikke handler. Det var ikke han som valgte å ikke ta med duetten.
15) «E du den du e» er fengende nok, og det er lett å forstå at den er valgt som singel.	BE har kvaliteter som artist.	A er tvisynt og ikke forutinntatt. A tar sin kompetanse for gitt (evaluativ SH).	Her vurderer A den kommersielle og økonomiske verdien av plata, ikke den kunstneriske.
16) Tittellåta og avsluttende «Sett at», platas beste spor, kunne også gjort nytte som det. Det bærer bud om hva denne plata kunne blitt.	BE har ikke realisert sitt potensial.	A har god vurderings-evne.	
17) Med «Pust» uttaler Eidsvåg at han ønsker «å heie på livets gode krefter», men så veldig gjennomført er det ikke.	BE er inkonsekvent.	A tar sin kompetanse for gitt (evaluativ SH).	Det er uklart om sitatet er hentet fra plata eller fra intervjuet. Slik er det uklart om det er BEs etos eller BEs etos på plata som kritiseres.
18) Her er mye kjærlighet og relasjoner mellom han og henne, men også store doser anger, moralsk forargelse, politisk og religiøs	BE tematiserer viktige dimensjoner i livet.	BE er åpen og bruker selvbiografiske elementer. A er velvillig og viser kompetanse.	Tema-parafraseringen viser at det er en sammenheng mellom det BE uttalte i intervjuet og innholdet på plata. Verken anmelderen eller journalisten peker på

indignasjon («Jerusalem») og framfor alt tungt opparbeidet livserfaring.			dette. Det styrker Dagbladets etos at anmeldelsen virker skrevet uavhengig av intervjuet med BE.
19) «Svart måne» er en besk virkelighetsbeskrivelse signert Svovelpredikant-Eidsvåg:	BE har opplevd vonde ting (sim pga. «virkelighetsbeskrivelse»). BE er en misantropisk forkynner (sim pga. «svovelpredikant»).	A mobber BE ved kallenavn. A tar sin kompetanse for gitt (evaluativ SH).	Troverdigheten i den semantiske BE-implikaturen forsterkes av «tungt opparbeidet livserfaring».
20) Lucifer sko me aldri ha kysst / men me gjor det, og det med grådig lyst (.) Me forgifta brystet som amma oss / og hadd ikkje vett te å skamma oss / me henga oss te det som bryte ner / nå e apokalypsen her.	BE skriver og synger på dialekt.	A er ryddig og belegger vurderingene sine med sitater.	
21) Banalt			
22) Vi møter en oppriktig og sårbar Eidsvåg, men også Pludre-Eidsvåg.	BE er ærlig og personlig, men også uvesentlig.	A mobber BE ved kallenavn (pim fordi poenget ikke er hva kallenavnet semantisk betyr, men hva det innebærer pragmatisk). A tar sin kompetanse for gitt (evaluativ SH).	Det kan virke som om anmelderen nå skal snakke om det han kaller «Pludre-Eidsvåg», men det er uklart om det er det han gjør.
23) Han er en solid ordsnekker, men ikke mer enn at han leverer en sang så banal at det grenser til det pinlige:	A synes det kommende sitatet er pinlig banalt. (Sim pga. kolonet).	A er tvisynt og ærlig. A viser kompetanse, som tas for gitt (evaluativ SH).	

24) Vik ifra oss sorg og død / vekk med kaos, krig og nød / gi oss blomster, ros og frukt / ikkje lidelser og tukt («Dans på roser»).		BE er banal og pompøs. A er real og dyktig; han belegger påstandene sine slik at leserne kan vurdere.	Kan leseren stole på at en anmelder som virker forutinntatt, har valgt et representativt sitat?
25) Anmelderens svar kan f.eks. være: Vik ifra oss, enkle floskler / vekk med nødrim og apostler.	BE er en dårlig poet. A kan også rime og viser suverenitet ved hjelp av ironi.	A har humor og er lite selvhøytidelig.	

Det kan virke som om Eidsvåg på plata viser til de hendelsene han forteller om i intervjuet. Men det virker ikke som om anmelderen er klar over denne forbindelsen. At det ikke blir påpekt, formidler inntrykket av anmeldelsen er skrevet på fritt og selvstendig grunnlag, uavhengig av intervjuet. Det kan bidra til å restituere Dagbladet-etosen som ble svekket i Eidsvåg-intervjuet.

Det er mye bygging av skribentens etos i anmeldelsen. Slik skiller teksten seg fra nyhetsartikkelen. Anmelderen bygger egen etos ved å vise (og vise til) egen kompetanse og ved å være morsom og lite selvhøytidelig. Men anmelderen svekker også egen etos gjennom tvetydigheter og språklige mangler.

Blant annet gjennom valg av språkhandling etablerer og understreker skribenten sin etos mer insisterende i anmeldelsen enn i intervjuet. Anmelderen må etablere sterk etos fordi han dømmer og konkluderer. I nyhetsjournalistikk er etos mer delt mellom kilde og skribent, men kildens etosetablering er sterkest markert.

Lanseringsjournalistikk

I en undersøkelse av norsk kulturjournalistikk fra 1964 til 2005 har Leif Ove Larsen en egen kategori for lanseringsintervju. Dette definerer han som «*Intervju med aktør på kulturfeltet som skjer i umiddelbar sammenheng med lansering av et kulturprodukt (bok, film, CD, utstilling, opptreden, konsert og lignende) på markedet*» (Larsen 2008, s. 308). I Larsens undersøkelse utgjør lanseringsintervjuet 6 % av kulturstoffet i 1964, 19 % i 1984 og 28 % i 2005.

Lanseringsintervjuet har hatt en kraftig vekst, men lanseringsjournalistikken har også blitt problematisert og kritisert. Cecilie Wright Lund har gjennom to utgivelser i 2000 og 2005 dokumentert og problematisert denne formen for journalistikk. På SKUP- konferansen i 2008 ble også lanseringsjournalistikken tatt opp som et eget emne. Også Dagbladets kulturredaktør mellom 2002 og 2009, Hege Duckert, sier de prøver å styre unna den rene lanseringsjournalistikken (Ny Tid 07.02.2004).

Leif Ove Larsen skiller mellom forhåndsomtale (uten intervju), lanseringsintervju, nyhetsartikkel og reportasje. Grensene mellom nyhetsartikkel, reportasje og lanseringsintervju kan imidlertid være uklare. Eidsvåg-intervjuet vi har undersøkt, gir gjennom overskrift, bilde, bildetekst og ingress inntrykk av å være en nyhetsartikkel om noe annet enn Eidsvågs nye CD. Men teksten omtaler også Eidsvågs nye utgivelse, selv om denne omtalen kommer seint og utgjør en mindre del av artikkelen.

I en kommentar i Dagbladet i 2009 har Jo Nesbø en interessant definisjon av lanseringsjournalistikk:

'Lanseringsjournalistikk' er når mediene godtar premisset om at en forfatter, regissør, musiker, maler stiller opp til intervju i forbindelse med at de skal lansere noe, og derfor får lov til å si noe om det de skal selge. Mot at de sier noe annet også, noe som kan lage en overskrift, fange oppmerksomhet, noe som er person og ikke sak (Nesbø i Dagbladet 14.03.2009).

Nesbøs definisjon korresponderer godt med den symbiosen vi har avdekket i vår analyse.

Lanseringsjournalistikk er uglesett i norske medier, men det forekommer ofte og mer eller mindre tildekket. Forfattere, musikere, skuespillere og regissører er gjester i talkshow eller dukker opp i avisintervjuer der de snakker om det de skal lansere – og om noe annet. For den som skal lansere et produkt, er det en gylden sjanse til å få oppmerksomhet. «*[J]eg sier også ja til å sitte i snakkesofaer i forbindelse med bokutgivelse selv om jeg vet at sytti prosent av samtalen vil handle om andre ting enn boka*», skriver Jo Nesbø. For medieorganet er lanseringa en mulighet til å få en kjendis eller en kjent person i tale – gjerne om noe privat eller personlig. Noen ganger brukes lanseringsaspektet som en «aktualitetsknagg», andre ganger tildekkes det, slik at avisa, TV- eller radiokanalen i større grad beholder sin integritet. Sannsynligvis har kritikken mot lanseringsjournalistikken gjort at mediene har endret strategi.

Da Dagbladet intervjuet Eidsvåg i 2004, også den gangen i forbindelse med at han hadde gitt ut ny plate, var lanseringsaspektet langt mer synlig. Tittelen på saka var «*Ble sint, og lagde ny plate*», og ingressen «*Dagbladet har møtt Bjørn Eidsvåg i hytta hans på Geilo. Der skriver han sangene sine. Eidsvåg snakker om turnéliv, låtskriving og om hvor viktig det er å takle sin egen ensomhet*» (Dagbladet 23.10.2004, s. 24). Plata ble anmeldt et annet sted i avisa.

I 2008 har Dagbladet endret strategi, muligens på grunn av presset mot lanseringsjournalistikken vi har omtalt over. I Eidsvåg-intervjuet vi har analysert, er i alle fall lanseringsaspektet tonet kraftig ned, og nye grep er tatt i bruk for å forklare at dette er en god sak verdt en dobbeltside. CD-utgivelsen nevnes nærmest i forbifarten.

Også da Eidsvåg ga ut plate i 2010, dekket Dagbladet utgivelsen som en nyhet om noe annet. I anledning CD-utgivelsen arrangerte nemlig Eidsvåg en «*interaktiv pressekonferanse*»; i stedet for å holde en normal pressekonferanse, skulle han arrangere pressekonferansen på Twitter. Settinga innebar at Eidsvåg fortløpende svarte på spørsmål han skulle få på Twitter. Dette gjorde han mens han satt på kafe, og mens Dagbladets journalist og fotograf fulgte ham. I tittelen løfter Dagbladet fram en av Eidsvågs kommentarer til et annet twitterutspill: «*Hyller bildestuntet*» (Dagbladet 21.9.2010, s. 40-41). Bildestuntet var NRK-

journalist Helle Vaaglands twitterbilde av seg selv sparsomt påkledd, slik at en ikke helt perfekt kropp ble åpenbart - angivelig som en parodi på at kjendisene Demi Moore og Marianne Aulie kort før hadde publisert twitterbilder av seg selv med lett påkledning. Ved å hylle bildestuntet framstår Eidsvåg som fordomsfri, oppdatert og moderne. Om overskriften hadde fokusert på Eidsvågs plateutgivelse eller på at dette er en mediejippo (ordet jippo bruker Eidsvåg selv om arrangementet), ville Eidsvåg og Dagbladet framstått med en helt annen etos. Som i 2008 ledsages intervjuet i 2010 av en anmeldelse som en del av oppslaget.

Pseudonyhet

Lanseringsjournalistikken skaper en nyhet på bakgrunn av en pseudobegivenhet, som Allern inkluderer i det han kaller informasjonssubsidier (ferdiglagd materiale som journalisten får tilbud om å bruke) (1997, s. 249). Begrepet pseudobegivenhet sies å være brukt først i 1962 av Boorstin (1992). Pseudobegivenheter er, ifølge Sogn (2012):

i motsetning til hendelser som flyulykker eller naturkatastrofer, konstruerte nyheter. Dette innebærer at hendelsen ikke er spontan, men er planlagt, plantet eller satt i stand av noen. Videre karakteriseres pseudobegivenheter ved at de er satt i stand hovedsakelig, men ikke utelukkende, for å bli formidlet av mediene (s. 15).

Dette innebærer at når pseudobegivenheter skal presenteres som nyheter, bør de tilrettelegges slik at de samsvarer best mulig med etablerte nyhetskonsvensjoner og nyhetskriterier.

Nyhetsartikler og nyhetsreportasjer er gjerne bygd opp slik at det viktigste presenteres først. Men i motsetning til i 2004 sender Dagbladet i 2008 uklare signaler om hvor viktig det er at Eidsvåg har gitt ut plate. Øverst i venstre hjørne i 2008 kan vi lese «*Nytt Album*» i hvit tekst på grønn bunn, nærmest som ei temaoverskrift. I teksten er derimot informasjonen om den nye plata plassert helt til slutt. Overskrifta forteller at Eidsvåg ble presset til å gi ut bok, stikktittelen forteller at Eidsvåg angrer, og ingressen forteller at boka har vært en belastning og gjentar at Eidsvåg angrer. Brødteksten begynner også med Eidsvågs anger. Som det står på sjette linje i brødteksten, så er det ett år siden biografien kom ut. Dette oppslaget kan altså ikke forsvares med at boka er ny. Teksten forteller også at Eidsvåg har hatt disse tankene om biografien en god stund: «*han innrømmer at det har vært en vanskelig tid og en ubehagelig prosess*». Selv om dette er gammelt nytt, får det altså ei dobbeltside med forsidehenvisning.

Man snakker gjerne om journalistiske stoffkriteriene eller nyhetskriterier. I lærebøker i journalistikk listes det opp fire eller flere kjennetegn ved en god nyhet. I nyere norske lærebøker gjengis de gjerne som vesentlighet, aktualitet, sensasjon, identifikasjon og konflikt (Østlyngen og Øvrebø 1999). Kjendsli (2008) legger til eksklusivitet.

Til grunn for artikkelen «*Presset til å gi ut boka om seg selv*» kan det ligge et bredt spekter av nyhetskriterier. Det er sensasjonelt at en kjent mann angrer på at han bidro til sin egen selvbiografi. Vi kan identifisere oss med ham, han er en norsk familiemann som, ut over å være kjendis og artist, tilsynelatende lever et nokså vanlig liv. Intime detaljer fra ekteskapet og personlige tanker som anger gjør det også lettere å identifisere seg med kilden. Vi kjenner følelsesmessig nærhet. Dette understrekes gjennom at Eidsvåg omtales som «*den populære artisten*». Konflikten formidles ikke eksplisitt før mot slutten av teksten, men er tydelig i tittel

og ingress som en semantisk implikatur: Når Eidsvåg angrer på at han lot seg presse, innebærer dette at han er i konflikt med den som presset ham. At dette er ei eksklusiv sak, framgår av oppslaget omfang og av bilde, overskrift og uthevede sitater som forteller at Eidsvåg betror seg til Dagbladet. Aktualitetskriteriet er også med, men tones altså helt ned i artikkelen ved at det aktuelle stoffet kommer sist. Det grønne feltet med teksten «Nytt album» og anmeldelsen i spalten helt til høyre minner oss likevel om at Eidsvåg i disse dager er aktuell.

Det er for å skape en nyhet ut av en pseudobegivenhet at nyhetskriteriene brukes slik de gjør i lanseringsjournalistikk.

Sigurd Allern har pekt på at også økonomiske faktorer har en betydning for hva som blir en nyhet. Han supplerer derfor de tradisjonelle nyhetskriterier med det han kaller kommersielle nyhetskriterier. Allern skriver blant annet at «*Jo større resurser i form av arbeidstid, personell og penger det koster å dekke en begivenhet, følge opp eller avsløre en sak, desto mindre sjanse er det for at det blir en nyhet*», og «*Jo dyktigere kilden, avsenderen, har tilrettelagt en sak journalistisk (kostnadene ved dette betales av kilden), desto større sjanse er det for at den blir prioritert som en nyhet*» (Allern 2001, s. 66). Mens de tradisjonelle nyhetskriteriene er ment å forklare hva som er en god nyhet ut fra hensynet til leseren og hva hun vil interessere seg for, forklarer Allerns kommersielle nyhetskriterier hva som blir nyheter ut fra produksjonsmessige og økonomiske hensyn. En journalist kan si til sine lesere «les denne saken, den er aktuell og sensasjonell», men ikke «les denne saken, den var billig å produsere fordi jeg fikk alt i fanget». Det sier seg selv at hvis de kommersielle nyhetskriteriene har en betydning for at en nyhet blir en nyhet, så ønsker avisa å tone dem ned eller tildekke dem.

Dagbladet bruker nesten alle de tradisjonelle nyhetskriteriene for å overbevise leseren om at dette er en god nyhet. Lanseringsproblematikken og de kommersielle nyhetskriteriene tones naturlig nok ned. Aristoteles' beskrivelse av retorikk som «*evnen til i enhver sak å se hvilke muligheter vi har til å overtale*» samsvarer godt med Dagbladet anstrengelse for å presentere samarbeidet med Eidsvåg som god journalistikk: Alle muligheter er utnyttet (Aristoteles 2006, s. 27).

Nyheter forutsetter at kildens etos blir markert, fordi nyhetens sannhetsverdi avhenger av kildens etos. I en pseudonyhet som den analyserte er det kanskje særlig viktig, fordi den i stor grad handler om kildens karakter og person. Kildens etos er langt på vei nyhetens emne. Hvis nyheten f.eks. hadde vært at Eidsvåg var blitt slått ned på gata, hadde Eidsvågs etos spilt mindre rolle.

I Eidsvåg-intervjuet er mytene om kilden selve saka. Dermed er normkonteksten viktig. Fordi pseudonyheten i stor grad reproduserer gammelt nytt, blir mytene om kilden viktigere. Anmeldelsen derimot presenterer nytt innhold. Derfor spiller myter ei mindre rolle der, mens anmelderens kompetanse er viktigere. Anmelderen får etos først og fremst ved å vise seg som kompetent, og den kompetansen må vises faglig i anmeldelsen og ikke representeres ved mytiske forestillinger om anmelderen.

I pseudonyheten er leseren trolig mindre opptatt av skribentens etos, fordi den ikke oppfattes som kritisk journalistikk. Leseren av anmeldelsen er ikke interessert i personen, men i produktet.

Begge tekster lanserer det samme produktet, men i intervjuet beskrives kilden. Derfor etableres kildeetos i stor grad gjennom semantiske implikaturer. Det skjer også i anmeldelsen, men siden anmelderen der ikke beskrives, men selv handler og er aktiv og tydelig – i større grad enn journalisten i pseudonyheten er – etableres anmelderens etos i stor grad gjennom språkhandling, som pragmatiske implikaturer. Vi har vist hvordan de to aktørene, Dagbladet og Bjørn Eidsvåg, ønsker å framstille Eidsvåg som ekte og autentisk. Hvis han ikke framstår som ekte, mister Eidsvåg etos, og samtidig vil Dagbladet miste ei sak. Dagbladet vil tone ned det iscenesatte for å skjule at de blir brukt, og for å skape et skinn av integritet og uavhengighet. Presseetisk er symbiosen og tildekkinga av den problematisk, men dette er også retorisk problematisk. For retorikken er også læra om hensiktsmessig kommunikasjon. Og Dagbladet spiller høyt. Den massive etosbygginga av Eidsvåg, samt tilsløringa av forholdet mellom avis og kilde kan true avisas etos. Avisa framstår som lite velvillig overfor sine lesere; den tildekker og er uærlig. Den framstår med en tvilsom moral og dermed med en svak karakter, og avisa kan virke både uforstandig og uklok. Samtlige av de tradisjonelle etosdimensjonene velvilje, karakterstyrke og klokskap, er truet.

Litteratur

- Allern, S. (1997). *Når kildene byr opp til dans*. Pax, Oslo
- Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. IJ-forlaget, Kristiansand
- Aristoteles (2006). *Retorikk*. Vidarforlaget, Oslo
- Boorstin, D. J. (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. Vintage Books
- Dagbladet (23.10.2004) s. 24
- Dagbladet (18.10.2008) s. 50-51
- Dagbladet (21.9.2010) s. 40-41
- Dahlén, P. (2008). *Sport och medier*. IJ-forlaget, Kristiansand
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. I: *Journal of Communication* 43 (4)
- Eriksson, O. (1999). «A generic communication model based on Habermas and Searle's versions of Speech act Theory» URL: <http://mydocs.strands.de/mydocs/05663/05663.pdf> [Lesedato: 2.4.2013]
- Fairclough, N. (2008). *Kritisk diskursanalyse*. Hans Reitzels forlag, København
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press, Cambridge
- Helland, K. (2003). *Sport medier og journalistikk – med fotballandslaget til EM*. Bergen. Fagbokforlaget.
- Hellspong, L. (2000). «Berättelser i argumentation», i *Rhetorica scandinavica* 16/2000
- Hågvar, Y. B. (2007). *Å forstå avisa. Innføring i praktisk presseanalyse*. Fagbokforlaget, Bergen
- Johansen, A. (2002). *Talerens troverdighet. Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Universitetsforlaget, Oslo
- Kjeldsen, J. E. (2004). *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Spartacus, Oslo
- Kjeldsen, J. E. (2008). «Mediated publics and rhetorical fragmentation», i Carpentier, Nico et al. (eds.) *Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an enlarged Europe*. Tartu University Press
- Kjendsli, V. (2008). *Rett på sak! Lærebok I praktisk journalistikk*. IJ-forlaget, Kristiansand
- Kristensen, N. N. (2004). *Journalister og kilder. Slinger i valsen? Å jour*, Århus
- Larsen, L. O. (2008). Forskyvninger. Kulturdekningen i norske dagsaviser 1964 – 2005. I: K A Knapskog og L. O. Larsen (red.): *Kulturjournalistikk. Pressen og den kulturelle offentligheten*.

- Scandinavian Academic Press, Oslo
- Ledin, P. (1997). «Med det nyttige skola vi söka att förena det angenäma...». *Text bild och språklig stil i veckopressens föregångare*. Svensk sakprosa, Lund
- Levinson, S. C. (2000). *Presumptive meanings*. The MIT Press Cambridge Massachusetts
- Lund, C. W. (2000). *Kritikkens rom – rom for kritikk? Kulturstoffets rolle i dagspressen*. Kunnskapsforlaget, Oslo
- Lund, C. W. (2005). *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse*. Universitetsforlaget, Oslo
- McCroskey, J. C. (2006). *An Introduction to Rhetorical Communication*. Pearson
- Miller, C. (2001). «Genre som sosial handling» i *Rhetorica Scandinavica* 18/2001
- Nesbø, J. (14.3.2009). «Oppmerksomhetsstrategier» I: *Dagbladet*
- Ny Tid (7.2.2004). «Makten over omtalen» URL: http://www.nytid.no/arkiv/artikler/20040205/makten_over_omtalen/ Lesedato: 11.1.2012
- Ricoeur, P. (1981). *Hermeneutics and the human sciences*. Cambridge University Press
- Roksvold, T. (2005). *Var avispråket bedre før?* Acta Humaniora nr. 224. Unipub, Oslo
- Sigrell, A. (2001). *Att övertyga mellan raderna*. Rhetor
- Sogn, C. G. (2012). *Journalister og ideelle organisasjoner. En kvalitativ analyse av relasjonen mellom journalister og informasjonsmedarbeidere i ideelle organisasjoner*. Masteroppgave i journalistikk, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo
- Tekstreklameplakaten* (2007). Norsk Presseforbund. URL: <http://presse.no/Etisk-regelverk/Tekstreklameplakaten>. Lesedato: 13.12.2012
- Togeby, O. (1977). *Om Sprog*. Reitzel. København
- Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Free Press, New York/London
- Vær Varsom-plakaten* (2008). Norsk Presseforbund. URL: <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-Plakaten>. Lesedato: 13.1.2012
- Østlyngen, T. og Øvrebø T. (1999). *Journalistikk. Metode og fag*. Gyldendal, Oslo
- Øyslebø, O. (1988). *Ikkeverbal kommunikasjon*. Universitetsforlaget, Oslo

Linn Vatne forelsket seg og ofret barna

Magasinet

Min flukt med Ole Christian Bach

MAGASINET, SIDE 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 OG 31

Se de private bildene

Dagbladet

Lørdag 18. oktober 2008

Nr. 286. Uke 42. 140. årgang. Løssalg kr 20,00 € 3 utenfor Norden

Foto: Lars Eivind Bones

Bjørn Eidsvåg angrer på biografien

- PRESSET TIL INTIME BETROELSER

TUNGT: Bjørn Eidsvåg bidro til sin egen biografi for å ødelegge for en konkurrent. Nå angrer han.

SIDE 50 OG 51

FORSKJELLS-NORGE

«Vet vi om Jens Stoltenberg i det hele tatt kan stave ordet klasse?»



KJETIL ROLNESS, IDEER SIDE 42 OG 43

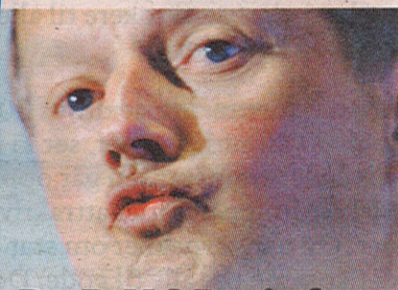


Foto: Scarpix

DnB NOR-sjefens MEKTIGE NETTVERK

SIDE 14 OG 15



DE FØRSTE BILDENE fra Stieg Larsson-filmen

SIDE 53

MED FRISK OG GOD SMAK AV APPELSIN



En Weifa-C 1000mg brusetablett = 15 appelsiner

Fåes kjøpt i DAGLIGVAREBUTIKKEN OG APOTEKET

NORGES STØRSTE LEVERANDØR AV LEGEMIDLER*



*Ref.: Farmastat. AC Nielsen, mai 2008. Antall pakninger solgt 12 mnd. Weifa C-vitamin er et reseptfritt legemiddel som brukes ved behov for tilskudd av C-vitamin. Inneholder 1000mg askorbinsyre. 1 brusetablett inneholder 270mg natrium som kan ha betydning dersom du går på saltfattig diett. Les nøye på pakningen og pakningsvedlegget.

7 102207 010001 10

**NYTT
ALBUM**
CV
Bjørn Eidsvåg

- Født i Sauda i 1954. Gift med Ragnhild Idsøe siden 1974. Har barna Einar (30), Simen (26) og Lise (22).
- Har utgitt 21 album siden debuten «Inn for landing» i 1976: «Bakerste benk», «Endelig voksen», «Live in Ny York», «Passe gal», «På leit», «Dansere i natten», «Vertigo», «Tatt av vinden», «Alt du vil ha», «Til alle tider», «Allemannsland», «Landet lenger bak», «På svai», «Tapt uskyld», «Hittil og littil», «Tålt», «Skyfri himmel», «En vakker dag» «Nåde» og «Pust».
- Tildelt Spellemannprisens hederspris og har mottatt Spellemannprisen tre ganger. Har ti Spellemannnominasjoner.
- En av Norges mestselgende artister. Samtlige utgivelser etter 1976 har solgt i 100 000 eksemplarer eller mer, med unntak av «Tapt uskyld» i 1999.
- «Tålt» solgte over 220 000 eksemplarer.
- Utdannet cand.theol. ved Menighetsfakultetet i Oslo i 1980. Dette, i kombinasjon med musikkariere, har gitt ham tilnavnet rockepresten. I fjor kom bok «Bjørn - en biografi», skrevet av Randi Berge Svendsen.
- Aktuell med «Pust», den siste i trilogien som begynte med «Tålt» (2002) og «Nåde» (2006).

« Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger.

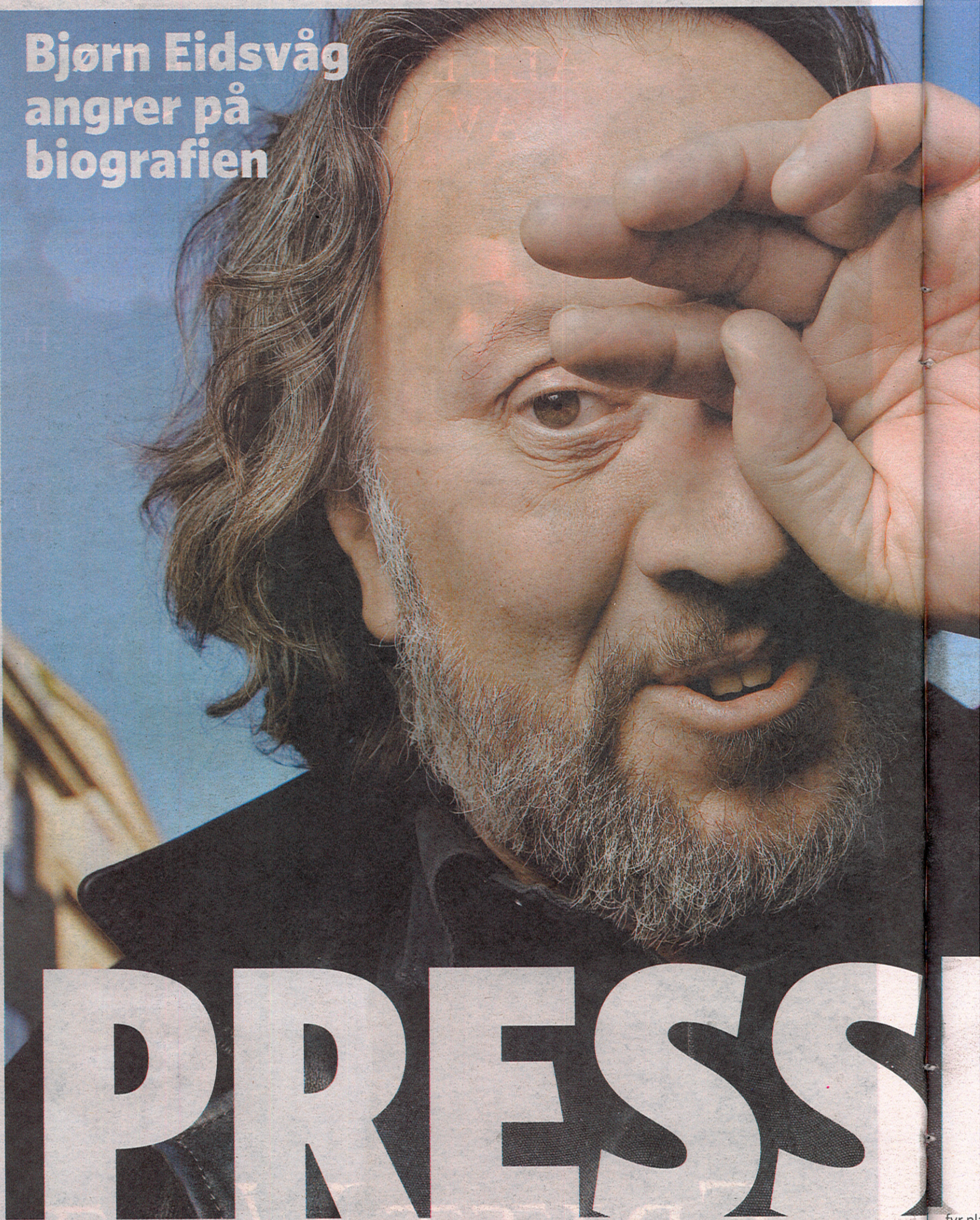
Bjørn Eidsvåg

● **Biografien om Bjørn Eidsvåg har vært en stor belastning for ham og familien. Den populære artisten angreer på at han fortalte om sitt liv.**

Tekst: **Anders Grønneberg**
agr@dagbladet.no

– Angreer, ja. Jeg bebreider ikke biograf Randi Berge Svendsen, hun gjorde en god jobb. Men jeg ville ikke tatt initiativ til boka i

Bjørn Eidsvåg angreer på biografien



BLE PLAGET: Bjørn Eidsvåg skulle gjerne sett at boka om ham aldri ble utgitt. Han følte seg presset til å gi ut biografien, som kom i fjor. – En tvisom annen biograf, sier Eidsvåg.

dag, sier Bjørn Eidsvåg.

Det er et år siden boka «Bjørn – en biografi» kom ut, og han innrømmer at det har vært en vanskelig tid og en ubehagelig prosess.

Belastning for kona

Bjørn Eidsvåg forteller videre at han ble forlegen og sjenert av mye av det som kom fram. Mediene og leserne grep boka med stort begjær og kunne lese om blant annet da han midlertidig flyttet fra kona.

– Det var utleverende og ble en belastning, ikke bare for meg, men for familien, venner og kolleger.

– Spesielt kona følte belastningen stor, sier Bjørn Eidsvåg.

– Jeg har alltid skjermert og vernet om familien. Kona syntes

overhodet ikke noe om bokprosjektet. Det var mye der det ikke var hyggelig å bli minnet om, sier Bjørn Eidsvåg.

Følte seg presset

Det var Eidsvåg selv som tok initiativ til biografien. Det var ikke et stort ego eller ønske om ei bok om seg selv som fikk ham til å ta kontakt med biograf Svendsen. Han følte seg presset til å gjøre det.

– Det var noen tvisomme folk som ønsket å lage en biograf om meg.

– Vedkommende plaget meg og mine nærmeste – ringte datteren min og andre rundt meg for å få ut opplysninger. Jeg var under press, og for å komme vedkommende i forkjøpet, tok jeg initiativ selv.

Eidsvåg har revurdert sitt syn på biografier:

– Jeg er ikke lenger sikker på at det er riktig at en biografi skal komme ut før en er død.

Ga større selvinnsikt

Men boka har ikke bare gjort livet vanskelig for den populære artisten.

– Boka gjorde meg klokere, mindre høy på pæra og ga meg større selvinnsikt. Den gjorde også forholdet til kona sterkere.

Bjørn Eidsvåg er en pengemaskin. Han sprøyter store penger inn i sitt selskap Quint, har full kontroll over plateselskapet Petroleum, og kunne i fjor heve en lønn på 5,8 millioner kroner.

– Jeg ble slått av Øystein Sun-

de, men neste år skal jeg ta ham, ler Eidsvåg før han tar en mer alvorlig tone:

– Jeg er glad for å ha en så god økonomi. Å tjene gode penger gjør meg ikke forlegen, og jeg håper det fortsetter. Det gir meg trygghet og mulighet til fortsatt å investere i musikken og lage plater – de er ikke akkurat billige.

Lar seg ikke mobbe

Bjørn er involvert i et hytteprosjekt på Sørlandet sammen med blant andre sin kunstnervenn Kjell Nupen. I disse børskraktider spør det ikke om at dette kan bli et tapsprosjekt i stedet for en lur investering.

– Tanken har slått meg, sier Eidsvåg, som innrømmer at han er



til å gi ut boka om seg selv

... - En tvisom
fyr plaget og presset meg om mine nærmeste for opplysninger. For å komme ham i forkjøpet, tok jeg selv kontakt med en
Foto: Lars Eivind Bones

glad i ting – alt fra sin lap top til hytta i Skurdalen.

Bjørn Eidsvåg er i dag ute med sitt 21. album – denne gangen uten duett med unge, vakre kvinner.

Men det er ikke fordi han føler seg mobbet av stempelet som gammel gris.

– Jeg kommer nok til å gjøre det igjen. Jeg lar meg ikke skremme. Jeg blir forlegen i duettsituasjoner sammen med kvinner, sier Eidsvåg, som forteller at det oppstår en ertende dynamikk og en leken stemning i slike situasjoner.

Livets gode krefter

«Pust» er den siste plata i en trilogi om livets store spørsmål.

– «Tålt» omhandler mitt forhold til kjærligheten i voksen alder. På «Nåde» er teamet forholdet til døden. På «Pust» ønsker jeg å heie på livets gode krefter, sier Bjørn Eidsvåg, som nyter opplevelsene fjellvandring og naturen gir ham.

Albumet er spilt inn Sørlands-naust på et Ny-Helle-sund, sammen med blant annet legenden Georg Riedel.

– Det var magisk da han pakket ut bassen. Riedel er mannen som skrev låter sammen med Cornelis Wreesvijk og spilte inn plater med Jan Johansson. Da han dro, sa han at dette var hans mest spektakulære innspilling. Han ville ikke engang ha betalt, sier Eidsvåg, som selvsagt sendte ham sin velfortjente hyre.

- Presset ikke Eidsvåg

Personen Bjørn Eidsvåg refererer til, tilbakeviser påstandene om at artisten ble presset.

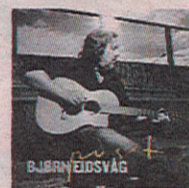
– Jeg hadde tre samtaler med Eidsvåg, og ikke på noe tidspunkt presset jeg ham. Han var først ikke avvisende til en biografi, men siden opplyste han at det var noen andre som kom til å skrive ei bok, sier personen Eidsvåg refererer til.

Vedkommende nekter for å ha presset opplysninger ut av familien eller andre rundt Eidsvåg.

– En gang jeg ringte Eidsvåg var det sønnen som svarte, men da ba jeg kort og godt om å få snakke med Bjørn, sier personen som legger til at han liker svært dårlig at Eidsvåg framstiller det som om vedkommende presset artisten til å gi ut en annen biografi.

At Bjørn Eidsvåg selger mange plater er like sikkert som at han nekter å bryte med sin egen suksessformel. Det preger også «Pust».

Noen friske pust



Bjørn Eidsvåg

«Pust»
(Petroleum Records/
Sony BMG)

Nesten irriterende på det jevne.

Anmeldt av Øyvind Rønning
oro@dagbladet.no

CD: Bjørn Eidsvåg har byttet ut deler av bandet og overlatt produksjonen til sin faste trommis Anders Engen (som har byttet ut seg sjøl med Madrugadas Erland Dahlen, og i stedet spiller perkusjon). Det er likevel ikke snakk om de store kvantesprangene, verken musikalsk eller tekstlig, når han nå avslutter trilogien som startet med «Tålt» og «Nåde».

«Country-Bjørn»

Med unntak av Geir Sundstøls gitarer, som med sin smakfulle pedal steel på fire spor introduserer herved «Country-Bjørn», og David Wallumrøds tangenter, ikke minst på «Blikket ditt» og «For seint», holder Eidsvåg seg i trygge, forutsigbare og godt kvalitetssikrede spor.

Det er ikke til å komme fra at han er blitt ganske flink til å gjenta seg sjøl, og det er de nevnte herrer som skaper de små tilløp til magi som kan spores på plata. Det er gjort en del vellykte grep, men jeg tror Eidsvåg hadde tålt å bli strukket en god del lenger.

Ingen duett

I motsetning til de to forrige albumene i trilogien, har ikke dette en søt duett som kan virke som et lokomotiv for platesalget. Men han trenger det neppe. «E du den du e» er fengende nok, og det er lett å forstå at den er valgt som singel. Tittellåta og avsluttende «Sett at», platas beste spor, kunne også gjort nytte som det. Det bærer bud om hva denne plata kunne blitt.

Med «Pust» uttaler Eidsvåg at han ønsker «å heie på livets gode krefter», men så veldig gjennomført er det ikke. Her er mye kjærlighet og relasjoner mellom han og henne, men også store doser anger, moralsk forargelse, politisk og religiøs indignasjon («Jerusalem») og framfor alt tungt opparbeidet livserfaring. «Svart måne» er en besk virkelighetsbeskrivelse signert Svoel-predikant-Eidsvåg: *Lucifer sko me aldri ha kysst / men me gjør det, og det med grådig lyst (...)* *Me forgifta brystet som amma oss / og haad ikkje vett te å skamma oss / me henga oss te det som bryter / nå e apokalypsen her.*

Banalt

Vi møter en oppriktig og sårbar Eidsvåg, men også Pludre-Eidsvåg. Han er en solid ordsnekker, men ikke mer enn at han leverer en sang så banal at det grenser til det pinlige: *Vik ifra oss sorg og død / vekk med kaos, krig og nød / gi oss blomster, ros og frukt / ikkje lidelser og tuktt («Dans på roser»).*

Anmelderens svar kan f.eks. være: *Vik ifra oss, enkle floskler / vekk med nødrim og apostler.*