

Det tar tid å se bra ut!

*Hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom  
multimodal kommunikasjon*

Anne Maren Carlsen



Masteroppgave i retorikk og språklig kommunikasjon  
Institutt for lingvistiske og nordiske studier

NOR4090 – Lektorprogrammet

UNIVERSITETET I OSLO

Mai 2017



# **Det tar tid å se bra ut!**

Hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom multimodal kommunikasjon

Copyright Anne Maren Carlsen

2017

Det tar tid å se bra ut!: Hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom multimodal kommunikasjon

Anne Maren Carlsen

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

IV







# Sammendrag

Det har aldri vært så stort fokus på kropp og utseende som i dagens globaliserte verden. De siste 10-15 årene har særlig treningsartikler preget sosiale medier betraktelig og søk etter treningsinformasjon på internett i Norge har hatt en voldsom økning. Livsstils- og kroppsidealene dyrkes og markedsføres i sosiale medier, der bilder av veltrente og muskuløse mennesker er særlig fremtredende. Treningsartiklene er ofte gjennomsyret av urealistiske krav til kropp og utseende, og medias påvirkning på endringsopptatthet ser ut til å bidra til at flere definerer seg selv om et objekt. Når en leser kommer i kontakt med artikler som fronter kroppsbyggerbilder, kan leseren se på dette som idealer.

Denne oppgaven undersøker hvordan Treningsforum bidrar til denne livsstils- og kroppsidealiserings på internett. Med utgangspunkt i multimodal teori, som støtter seg på semiotikk og retorikk, analyseres multimodal kommunikasjon for å kartlegge visuelle, auditive og språklige strategier som benyttes av Treningsforum for å overbevise mottakeren om hva som er den ideelle livsstilen. I studien studeres fire ulike artikler fra Treningsforum.no for å avdekke hvordan det bygges livsstils- og kroppsidealene gjennom multimodal kommunikasjon, og hvilke idealer det er snakk om.

Dette er en kvalitativ studie som søker en helhetlig forståelse av kommunikasjonen. Separate analyser av ulike modaliteter danner et forståelsesgrunnlag for den kommunikative helheten i samspillet mellom modalitetene. I dagens mediesamfunn har dataskjermen blitt et mer dominant og sentralt medium for visuell kommunikasjon. Oppgaven arbeider derfor ut fra en forståelse av at retorisk praksis i dag strekker seg langt utover verbaltekst, og tar høyde for at visuell og multimodal kommunikasjon er en naturlig del av dagens kommunikative meningsutveksling.

I oppgaven presenteres det metoder for å analysere multimodale tekster i et retorisk og semiotisk perspektiv.



# Forord

Dette forordet markerer slutten på en meget utfordrende, spennende og utviklende tid som lektorstudent. Arbeidet med denne masteroppgaven har vært en tid med mange oppturer og nedturer, og jeg er både glad og lettet over å endelig stå på målstreken. Som seg hør og bør skal noen takkes for at denne oppgaven faktisk har blitt til.

Takk til veileder, Marja Etelämäki, som har hatt tid til meg og tro på meg. Takk for din positivitet, støtte, dine verdifulle faglige innspill og for at jeg etter hver veiledning har følt meg litt lettere og litt tryggere på meg selv.

Til mine gode og nære studievenner, jeg kommer virkelig til å savne lunsjene, samtalene, oppturene og nedturene med dere. Dere har vært helt avgjørende for min motivasjon dette året. Tusen takk!

Takk til familien for gode råd, avlastning, støtte og oppmuntring underveis. Jeg vil rette en spesiell takk til mamma og pappa som alltid har hatt tro på at jeg kan klare det jeg vil. Takk til pappa for at du har lest korrektur, for at du har lært meg å undre over ting og for at du har stilt de gode spørsmålene. Takk til mamma for ditt gode, omsorgsfulle og humørsmittende vesen. Takk for at du alltid har støttet meg og kommet med trøstende ord når jeg har trengt det som mest.

Kjære André, som har heiet meg av gårde hver morgen. Takk for at du er du og for at du aldri har sluttet å være positiv. Takk for at latteren alltid har hengt løst i veggene og for at du alltid har hatt tro på meg og mine evner. Takk for støttende ord og mange trøstende klemmer.



# Innholdsfortegnelse

<b>1</b>	<b>Innledning</b>	<b>1</b>
1.1	Treningsforum.no	2
1.2	Idealbygging gjennom multimodal kommunikasjon	3
1.3	Problemstillinger	3
1.4	Oppgavens oppbygging	4
<b>2</b>	<b>Materiale</b>	<b>5</b>
2.1	Utvalgsriterier	5
2.2	Hva er valgt bort?	6
2.3	Analyseutvalget	6
2.3.1	Artikkel 1	8
2.3.2	Artikkel 2	9
2.3.3	Artikkel 3	10
2.3.4	Artikkel 4	11
<b>3</b>	<b>Teori</b>	<b>12</b>
3.1	Multimodalitet	12
3.1.1	Tre tilnærminger til multimodalitet	13
3.2	Retorikken og det multimodale	14
3.3	Intensjonalitet	15
3.4	Modaliteter i studien	15
3.4.1	Komposisjon	16
3.4.2	Fysisk størrelse	16
3.4.3	Bilder	17
3.4.4	Farger	19
3.4.5	Video	20
3.4.6	Musikk	20
3.4.7	Skrifttyper	21
3.4.8	Verbaltekst	21
3.5	Tekst og språk i studien	22
3.5.1	Den retoriske situasjonen	22
3.5.2	Doxa	23
3.5.3	Tekstens overbevisende kraft	24
3.5.4	Persuasio og retorisk gradering	25
3.5.5	Språkhandlinger og direkte adresseringer	26
3.5.6	Presupposisjoner	28
3.6	Modalitetenes samspill	28
3.6.1	Metafunksjoner	28
3.7	Tekstbegrepet i oppgaven	29
3.7.1	Kulturkontekst	30
3.8	Det teoretiske rammeverket	31
<b>4</b>	<b>Metode</b>	<b>32</b>
4.1	Casestudie	32
4.2	Gangen i analysene	33
4.3	Studiens validitet	34
<b>5</b>	<b>Analyse - visuell og auditiv idealbygging</b>	<b>35</b>

<b>5.1</b>	<b>Komposisjon</b> .....	<b>35</b>
5.1.1	Komposisjonsstruktur på Treningsforum .....	35
5.1.2	Informasjonsverdi: topp – bunn, venstre – høyre, sentral – periferi .....	39
5.1.3	Artikkel 1 - <i>5 tips for at jentene skal komme i form</i> .....	40
5.1.4	Komposisjon generelt i tekstutvalget .....	43
<b>5.2</b>	<b>Fysisk størrelse</b> .....	<b>44</b>
<b>5.3</b>	<b>Bilder og farger i tekstartikler</b> .....	<b>45</b>
5.3.1	Artikkel 1 .....	45
5.3.2	Artikkel 2 .....	50
<b>5.4</b>	<b>Bilder, farger og musikk i videoartikler</b> .....	<b>53</b>
5.4.1	Artikkel 3 .....	53
5.4.2	Artikkel 4 .....	60
<b>6</b>	<b>Tekst og språk</b> .....	<b>64</b>
<b>6.1</b>	<b>Skrifttype</b> .....	<b>64</b>
<b>6.2</b>	<b>Den retoriske situasjonen</b> .....	<b>65</b>
<b>6.3</b>	<b>Tekstenes overbevisende kraft</b> .....	<b>68</b>
6.3.1	Ethos – avsenderens troverdige karakter .....	68
6.3.2	Pathos – appell til følelsene .....	74
6.3.3	Logos – å fremstille noe som sant eller sannsynlig .....	78
<b>7</b>	<b>Idealer i det multimodale samspillet</b> .....	<b>88</b>
7.1	Konklusjon.....	96
<b>8</b>	<b>Avsluttende kommentar</b> .....	<b>97</b>
8.1	Videre forskning .....	97
	<b>Litteraturliste</b> .....	<b>99</b>
	<b>Vedlegg: Artikkel 1-4</b> .....	<b>103</b>



# 1 Innledning

Studier viser at 1/10 unge mellom 15 og 29 år ønsker å endre på utseendet ved hjelp av kirurgiske inngrep. Helsepsykolog og selvbildeekspert Ingela Lundin Kvalem hevder at unge i dag er vokst opp i et forbrukersamfunn, der de ofte oppsøker raske løsninger (NRK, 2015). Både gutter og jenter føler på et kroppspress som er gjennomsyret av urealistiske krav til kropp og utseende, som gjerne skal oppnås ved hjelp av skjønnhetsinngrep eller trening. Spesielt sistnevnte har preget sosiale medier betraktelig de siste årene. Fra 2003 til 2015 har søk etter treningsinformasjon på internett i Norge, i alderen 16-24 år, økt fra 34 % til 73 %. For 25-34 åringer har det steget fra 40 % til 79 % i samme tidsrom (Mathisen og Olsen, 2016).

Sosiale medier preger livene våre mer og mer og etter hvert som vi beveger oss inn i det nye mediasamfunnet, blir også informasjon og eksponering for kroppsfokuserte bilder mer tilgjengelige. På Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter og andre kommersielle kanaler utveksler og deler unge og voksne informasjon med hverandre. Motivasjonsbilder av veltrente mennesker er særlig fremtredende og det er blitt ”trendy” å utføre styrketrening på treningsstudioer. Bildene preges av markerte kropper med svært lav fettprosent, som kan føles uoppnåelig for de fleste. Denne typen livsstils- og kroppsidealer, som i stor grad markedsføres i sosiale medier, krever enorme tiltak i kost og trening, og man kan lett stå i fare for å utvikle tvangspreged og mer sykkelig trenings- og kostholdsattferd (Mathisen og Olsen, 2016).

Fristelsen for ulovlige preparater kan også bli stor. I en nylig publisert analyse av websider konkluderes det med at slike typer treningsnettsider fremmer en utseendebasert livsstil. Dette gjøres stort sett via objektiverende avbildninger av kropper og ved å fremme budskap som kan føre til forstyrrende spisemønstre basert på samvittighet og skyldfølelse. Det økende kroppsfokuset på ulike nettsider ser også ut til å bidra til økt popularitet i sportsgrener der estetikk og kropp sterkt foretrekkes. Eksempler på svært populære sportsgrener er ulike fitnesskonkurranser, der særlig bikinifitness og Men´s Physique utmerker seg. Det virker som at interessen og behovet for å bedømmes og anerkjennes dyrkes i sosiale medier ved at man hele tiden eksponeres for veltrente kropper og kostholdsråd. (Mathisen og Olsen, 2016).

Det har aldri vært så stort fokus på kropp og utseende som i dagens globaliserte verden. Ved at ulike medier spiller på våre kroppsidealer selger de oss drømmen om en livsstil- ”gjør slik og bli som han/hun på bildet”. Videre er ”What is beautiful is good” – stereotypien dominerende i dagens samfunn. Å være vakker er å være populær, vellykket, intelligent og veltilpasset. Vi kan også se en økende stigmatisering av overvektige fordi overvekt blir sett på som noe som kan kontrolleres (Jacobsen, 2016).

## 1.1 Treningsforum.no

Treningsforum.no er et godt eksempel på en nettside der leserne utsettes for kroppsfokuserte artikler. Bildene er gjerne av menn og kvinner med markerte og muskuløse kropper, og det reklameres jevnlig for ulike fitnesskonkurranser. Nettsiden ble lansert i desember 2003 og har i dag over 1.000.000 besøkere hver måned. Under kategorien *om oss* skriver Pedersen (2004) at deres fokus er rettet mot muskelvekst, styrke, skade/opptrening, kosthold og hvordan man generelt skal komme i form. Det stemmer at nettsiden har artikler som handler om alle disse temaene, men inntrykket jeg får er en enorm dominans av kroppsbyggerbilder og et sterkt fokus på muskelvekst og kosthold. Selv om siden inneholder artikler med ulike temaer, fremstår likevel muskelvekst og kosthold som de to sterkeste elementene.

Deres ønske er å publisere fagartikler med høy kvalitet og faglig dybde, men de er også opptatt av å skrive forståelig for et større publikum. Deres slagord er *Møteplassen for deg som trener* og deres grunnverdier er kvalitet, kunnskap og kompetanse (Pedersen, 2004). Ettersom artiklene er *for deg som trener*, adresseres de også til *alle* som liker å trene, men setter idealer som er vanskelig for alle å oppnå. Artiklene er gjennomsyret av urealistiske krav til kropp og utseende, og det er særlig bildene som ikke samsvarer med den reelle verden. Jeg har holdt aktivt på med styrketrening selv, og jeg vet at det kreves full dedikasjon for å oppnå de resultatene man ser på bildene. Modellene trener ofte flere ganger om dagen og mange er aktive utøvere i fitnesskonkurranser. Deres livsstil er helt annerledes fra ”vanlige” menneskers livsstil, som ikke har mulighet til å trene like mye som disse frontfigurene.

Modellene på bildene og de fleste lesere er forskjellige og lever helt ulike liv. Når en leser kommer i kontakt med nettsider som fronter kroppsbyggerbilder og ”riktig” kosthold og levemåte, kan leseren begynne å se på dette som idealer. Da vil det oppstå en konflikt

mellom disse idealene og leserens virkelighet. Denne konflikten er et retorisk problem som bygges opp i selve teksten. Hva et retorisk problem innebærer kommer jeg inn på i teorikapittelet punkt 3.5.1.

## **1.2 Idealbygging gjennom multimodal kommunikasjon**

Multimodale kommunikasjonsformer som ulike fitnessreklamer og kostholdsråd spiller på har en vesentlig rolle i hvordan vi definerer oss selv i forhold til hverandre og verden. Medias påvirkning på unges endringsopptatthet gjør at flere unge ønsker å endre utseende og lar seg definere som et objekt. Presset om å ha en ”perfekt kropp” skapes i stor grad ved at man definerer hva man liker/ikke liker ved sin egen kropp. Når man ser ”perfekte” kropper i sosiale medier som et produkt av en spesiell diett, kirurgiske injeksjoner eller en konkret treningsplan, er det ganske naturlig at flere ønsker å prøve ut dette, slik at man kan oppnå den samme kroppen som på bildene (NRK, 2015).

I denne oppgaven ønsker jeg å se nærmere på hvordan Treningsforum kommuniserer multimodalt, samt hvordan de gjennom kommunikasjonen bygger opp ulike idealer for mottakeren. Jeg ønsker å belyse viktigheten av multimodal kommunikasjon, hvordan de ulike modalitetene virker hver for seg og sammen. Dagens mediesamfunn er sterkt preget av visuell kommunikasjon og dataskjermen er blitt et mer dominant og sentralt medium for kommunikasjon (Kress, 2003, s. 1). Vi bruker virkemidler som blant annet bilder, farger, komposisjon, lyd, bevegelse og skrifttyper for å skape mening (Kjeldsen, 2015, s. 56). I studien ønsker jeg å undersøke hvordan ulike artikler bygger opp ulike idealer for mottakeren, samt hvordan ulike virkemidler sammen legger opp til handling og livsstilsendring.

## **1.3 Problemstillinger**

I studien ønsker jeg å skape en bevisstgjøring om ulike visuelle og språklige strategier som benyttes av Treningsforum for å overbevise mottakeren om hva som er det ideelle, og hva den ideelle livsstilen er og innebærer. Oppgaven søker å avdekke hvordan Treningsforum bidrar til å sette ulike standarder i samfunnet gjennom multimodal kommunikasjon.

Studien vil også se på hvordan artikler fra Treningsforum kan medvirke til endring av mottakerens forhold til trening og egen kropp, og hvordan dette tilsynelatende henger

sammen med et overdrevent fokus på trening og kostholdsendringer for å forme idealkroppen. Jeg ønsker å bevisstgjøre unge lesere om ulike strategier som ofte benyttes på slike nettsider, slik at de kan bli rustet for en mer kritisk lesning. Kombinasjonen av dagens perfektjonisme og kroppsfokus i sosiale medier, samt tilrettelegging av en konkurransearena der man premieres for utseende, er uheldig for den unge norske folkehelse. Det er derfor viktig å studere tekster som fremmer en ”sunn” livsstil med stadig mer trening, lav fettprosent, tilsynelatende lykkelig holdning og humør, og kosthold. Ved å være bevisst på ulike strategier som brukes, kan man utvikle en mer kritisk holdning til denne typen kommunikasjon, og forhåpentligvis bidra til å hemme utviklingen av tvangspregget atferd (Mathisen og Olsen, 2016).

Problemstillingene studien tar utgangspunkt i er:

- 1) *Hvordan bygges det ulike kropps- og livsstilsidealene gjennom multimodal kommunikasjon på Treningsforum.no?*
- 2) *Hvilke idealer bygges opp i den multimodale kommunikasjonen?*

## **1.4 Oppgavens oppbygging**

I neste kapittel presenterer jeg tekstutvalget for studien, og i kapittel 3 legger jeg frem det teoretiske rammeverket oppgaven arbeider ut fra. Her presenteres sosialsemiotisk multimodal teori, som primært ble grunnlagt av Gunther Kress og Theo van Leeuwen. Jeg gir også et innblikk i Jens E. Kjeldsens syn på visuell retorikk, samt Jonas Bakkens, Kjeldsens og Mats Rosengrens syn på retorisk situasjon og doxa. Videre presenterer jeg bred og snever persuasio, skillet mellom latent og manifest retorikk og direkte språkhandlinger. For å styrke studiens reliabilitet, gir jeg i kapittel 4 en detaljert beskrivelse av metodene som er brukt, samt egne refleksjoner knyttet til gjennomføringen av studien. Her gir jeg et innblikk i de metodologiske valgene som ble gjort i forbindelse med multimodal analyse. I kapittel 5 analyserer jeg de ulike modalitetene i tekstene, der det fokuseres det på visuell og auditiv idealbygging. I kapittel 6 analyserer jeg tekst og språk i artiklene, med vekt på retoriske bevismidler og direkte språkhandlinger. I kapittel 7 oppsummerer jeg hvordan modalitetene sammen skaper idealer og undersøker hvorvidt artiklene lener seg mot latent eller manifest retorikk, før jeg avslutter i kapittel 8.

## 2 Materiale

Studien tar for seg den multimodale kommunikasjonen til fire nettartikler på Treningsforum.no. Målet med dette kapittelet er å styrke studiens validitet, altså datamaterialets gyldighet for de problemstillingene som skal belyses. Validiteten er høy hvis undersøkelsesopplegget og materialet resulterer i data som er relevante for problemstillingene (Grønmo, 2016, s. 241).

### 2.1 Utvalgskriterier

Kriteriene under danner grunnlaget for valg av nettsted jeg hentet artikler fra. Analyseutvalget oppfyller alle kriteriene under, dette for å sikre reliabilitet og etterprøvnbarhet av studien. Videre valgte jeg analyseobjekter på bakgrunn av kriteriene og grad av relevans for problemstillingene og målet med studien (Silverman, 2014, s. 9). Analyseobjektene jeg endte opp med å velge var fire artikler fra Treningsforum.no. Kriteriene for studien var:

- Utvalget skulle gjøres med tanke på mine egne interesser innen trening og språklig kommunikasjon, samt kompetansen jeg besitter innen dette området.
- Utvalget skulle inneholde ulike former for multimodal kommunikasjon for å sikre spredning og bredde i materialet.
- Den multimodale kommunikasjonen skulle begrenses til verbaltekst, bilder og video. Animasjoner og andre kommunikasjonsformer skulle ikke inkluderes.
- Materialet skulle være lett tilgjengelig, slik at ikke organisasjonen selv måtte gi tilgang.
- Utvalget skulle omhandle temaer innen trening.
- Materialet skulle komme fra et nettsted som ble lansert i år 2000 eller senere.
- Utvalget skulle hentes fra et nettsted som er en av Norges mest besøkte nettsteder innen helse/livsstil/trening.
- Materialet skulle ha minst 1000 delinger på Facebook.
- Utvalget skulle være publisert mellom 2013 og 2016.

Kriteriene fungerte som grunnlag for valg av artikler i studien. På bakgrunn av kriteriene gjorde jeg et utvalg hvor jeg valgte analyseobjekter ut fra relevansen de hadde til problemstillingene og studiens mål. Jeg valgte å studere nye og moderne tekster fra en veletablert nettside for å undersøke idealer som gjelder i dagens samfunn. Materialet jeg endte med å velge var fire artikler, der to av artiklene primært retter seg mot jenter og to mot menn.

## **2.2 Hva er valgt bort?**

I forbindelse med utvalget vil jeg presisere at det selvfølgelig finnes utallige søkbare nettmagasiner som omhandler trening, helse og livsstil. Eksempler på slike nettsider er iform.no, treningsguiden.no, optimaltrening.com osv. Jeg valgte likevel Treningsforum.no fordi nettsiden fremstod som et godt alternativ som tilfredsstilte utvalgskritene på bakgrunn av problemstillingene i studien.

## **2.3 Analyseutvalget**

Dette er en synkron studie, eller en punktstudie, hvor jeg ser på tekster fra samme tidsepoke og sosiale sammenheng (Hitching og Veum, 2015, s. 16). Hva som velges som materiale avhenger av hva som er målet med prosjektet og hvilken teoretisk og metodisk tilnærming man velger (s. 15). Studiens problemstilling går ut på hvordan Treningsforum bygger opp ulike idealer gjennom multimodal kommunikasjon. Med disse forskningsbrillene var det viktig for meg å velge materiale med ulike former for en slik kommunikasjon. Dette for å sikre spredning i utvalget og få en oversikt over hvordan nettsiden generelt kommuniserer multimodalt.

Treningsforum har over 4000 artikler spredt over kategoriene trening, strongman, kosthold, intervjuer, fitness, styrkeløft og resultater (<http://www.treningsforum.no>). Et fellestrekk for alle kategoriene er at de har mer eller mindre lik struktur som gjør dem like og gjenkjennelige (Hellum, 2013, s. 70). Treningsforum bruker gjennomgående verbaltekst, bilder og videoer i sin kommunikasjon. Artiklernes likhetstrekk i struktur er demonstrert i figurene under:



Figur 1: Artikkel hentet fra ”trening”



Figur 2: Artikkel hentet fra ”kosthold”



Figur 3: Artikkel hentet fra ”intervjuer”



Figur 4: Artikkel hentet fra ”strongman”

Figurene 1-4 viser hvordan artiklene har like oppsett og design. I studien valgte jeg å velge ut materiale innen kategorien trening, en kategori som i oktober 2016 hadde 1074 artikler. Innen denne kategorien valgte jeg artikler med minst 1000 delinger på Facebook. Grunnen til det var at jeg ønsket å snevre inn det store potensielle utvalget og studere tekster som fremstod som populære. Da jeg gikk gjennom artiklene i oktober 2016 fant jeg at 53 artikler

oppfylte dette kriteriet. Dette var artikler som både inneholdt artikler med og uten video. Ut fra disse utførte jeg et tilfeldig utvalg. Tilfeldig utvalg sikret av utvalget ikke ble valgt på bakgrunn av forutinntatte tanker om et spesielt emne, eller andre forventninger til datamaterialet, som styrker studiens validitet (Silverman, 2014 , s. 17). Jeg endte med å velge to artikler med video og to artikler uten, som sikret spredning i utvalget. Under følger en oversikt over materialet som ble valgt:

	Form for multimodal kommunikasjon	Modaliteter	Antall delinger på Facebook
Artikkel 1: <b><i>5 tips for at jentene skal komme i form</i></b>	Publisert nettartikkel	Verbaltekst og bilder	1561
Artikkel 2: <b><i>Menn som trener hardt mister håret tidligere</i></b>	Publisert nettartikkel	Verbaltekst og bilder	6702
Artikkel 3: <b><i>Så mye muskler får jenter av å løfte vekter</i></b>	Publisert nettartikkel	Verbaltekst, bilder og video	1931
Artikkel 4: <b><i>Dette kan doping føre til</i></b>	Publisert nettartikkel	Verbaltekst, bilder og video	7921

Tabell 1: Oversikt over artiklene og deres multimodale kommunikasjon som er valgt i studien. Informasjon om antall delinger på Facebook er hentet fra Treningsforum.no oktober 2016.

### 2.3.1 Artikkel 1

I artikkel 1, *5 tips for at jentene skal komme i form*, presenteres det råd og tips om hvordan jenter kan redusere fettprosenten, bygge muskler og forbedre prestasjonene sine. De mest fremtredende modalitetene i denne artikkelen er bilder og verbaltekst. Artikkelen forteller og beskriver i fem punkter hvordan kvinnekroppen er forskjellig fra mannens når det gjelder metabolisme og respons på ulike øvelser. Den er også forskningsbasert. Påstander avsenderen kommer med støttes på studier og intervjuer av leger og forskere. Videre fremlegges det hvilke grep man kan gjøre som jente for å oppnå *den fysikken du ønsker deg* (Poliquin Group, 2014).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Artikkelen er publisert av Treningsforum, men skrevet av organisasjonen Poliquin Group. Dette er en organisasjon som tilbyr sertifiserte utdannelser innen personlig trening og coaching.





Figur 5: Forsidebildet og overskriften til artikkel 1. Publisert 6. mai 2014. Se også vedlegg.

### 2.3.2 Artikkel 2

*Menn som trener hardt mister håret tidligere*, handler om i hvilken grad tung styrketrening og hårtap hos menn har noen sammenheng. Teksten er forskningsbasert og avsenderen støtter påstandene sine på forskere og leger. De mest fremtredende modalitetene i artikkelen er verbaltekst og bilder. I artikkelen diskuteres det om tidlig hårtap kun er genetisk betinget, eller om det også har en sammenheng med trening og kreatin. Videre fremmes det anbefalinger om kosthold som er særlig sunt for håret (Skjønsberg, 2016).<sup>2</sup>



Figur 6: Forsidebildet og overskriften til artikkel 2. Publisert 27. mai 2016. Se også vedlegg.

<sup>2</sup> Artikkelen er publisert av Treningsforum, men skrevet av Fride Skjønsberg. Hun er utdannet personlig trener og kostholdsveileder.

### 2.3.3 Artikkel 3

Artikkel 3, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*, ble publisert på Treningsforum 28. januar 2014 (Pedersen, 2014).<sup>3</sup> Den handler om hard og målrettet arbeid for å få stram og muskuløs mage. Artikkelen inneholder flere modaliteter, men de mest fremtredende er forsidebildet og videoen, der vi møter 27 år gamle Bella Falconi. I introduksjonsteksten får vi vite at Bella har trent vekter i 10 år og at hun bare var 17 år gammel da hun begynte med hard, tung og målrettet trening. Hun er videre omtalt som slank og markert. I videoen følger vi Bella på trening både inne, ute og hjemme. Hun viser hvordan hun trener for å få markerte magemuskler og forteller om hvordan forskjellige næringskilder er viktig for gode resultater.



Figur 7: Forsidebildet og overskriften til artikkel 3. Publisert 28. januar 2014. Se også vedlegg.

<sup>3</sup> Artikkelen er publisert av Treningsforum, men skrevet av nettsidens redaktør, Joachim Pedersen.

### 2.3.4 Artikkel 4

*Dette kan doping føre til* er den fjerde og siste artikkelen i tekstutvalget. Den ble publisert 6. september 2013 av Treningsforum redaktør, Joachim Pedersen (2013).<sup>4</sup> Artikkelen består av en kort introduksjonstekst i forkant av en video på syv minutter. I filmen møter vi Ditlev Traasdahl Madsen, en dansk/norsk mann som har misbrukt anabole steroider i 13 år. Han forteller om oppturer, nedturer og hvilke konsekvenser han må leve med i dag.



Figur 8: Forsidebildet og overskriften til artikkel 4. Publisert 6. september 2013. Se også vedlegg.

<sup>4</sup> Artikkelen er publisert av Treningsforum, men skrevet av Treningsforums redaktør.

# 3 Teori

Studien holder seg innenfor de teoretiske rammene semiotikk, multimodalitet og retorikk. Gjennomgangen av det teoretiske rammeverket har som mål å vise hvordan de er med på danne grunnlaget for analysene som vil kunne besvare problemstillingene oppgaven tar utgangspunkt i.

## 3.1 Multimodalitet

Teorien om multimodalitet ble utviklet av de to sosialsemiotikerne, Gunther Kress og Theo van Leeuwen. De har først og fremst interessert seg for de ikke-språklige elementene i tekster, en teori som bygger på Michael Hallidays funksjonelle lingvistikk og på Charles S. Peirces semiotiske teori (Hellum, 2013, s. 28). Hallidays arbeid har vært viktig for forståelsen av språk som system av meningsskapende funksjoner. Språket har flere funksjoner; det skaper mening om verden rundt oss, det skaper og opprettholder kontakt med andre, og det skaper sammenhengende og forståelige tekster (Maagerø, 1999, s. 38-54). Parallellene mellom Halliday og semiotikken er tydelige; i begge teoriene kan man kalle meningsskapende systemer for semiotiske systemer. Hallidays systemisk funksjonelle lingvistikk er en form for semiotikk, der Halliday plasserer seg innenfor sosialsemiotikken (Halliday, 1999, s. 68).

Kress og van Leeuwens toneangivende bok, *Reading Images. The Grammar of Visual Design* (1996, ny utg. i 2006) har vært svært viktig for utviklingen av det multimodale og det sosialsemiotiske fagfeltet (Hellum, 2013, s. 13). Deres forståelse av multimodalitet vil derfor danne grunnlaget for den multimodale analysen i kapittel 5.

Mennesker kommuniserer med hverandre gjennom bilder, musikk, verbaltekst, fargebruk osv. Slike modaliteter er sosiale og kulturelle ressurser fordi potensialet deres for å skape meninger er sosialt og kulturelt dannet. I følge Kress (2014) er en modalitet en sosialt formet og kulturelt akseptert ressurs for å skape mening. Modaliteter har ulike meningspotensialer og disse potensialene har en fundamental innvirkning på valg av modaliteter man bruker i kommunikasjonen (s. 60). For å vite om et tekstelement kan kalles en selvstendig modalitet, må man vurdere om elementet har meningsskapende potensial i

seg selv. Man må med andre ord vurdere om det kan gi ny mening, forandre mening eller legge noe vesentlig til meningen (Hellum, 2013, s. 46). Alle modaliteter har ulike muligheter, men også begrensninger (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 60). Når man skal studere en multimodal tekst er det viktig å undersøke meningspotensialene til de ulike modalitetene som finnes i teksten.

Målet med en multimodal analyse er å forstå og forklare den kommunikative helheten som skapes i samspillet mellom forskjellige meningsskapende ressurser (Øierud, 2015a, s. 44). Gjennom detaljerte analyser er det mulig å avdekke forhold i kommunikasjonen som ikke er åpenbare for den allmenne kommunikative deltaker, og bidra til økt forståelse av hvordan vår komplekse kommunikasjon faktisk er (Øierud, 2015b, s. 74). For å kunne danne seg et helhetlig bilde av en multimodal tekst er det nødvendig å sette sammen modalitetene til ett meningsuttrykk, nettopp fordi modalitetene hver for seg kun uttrykker delvise meninger i en større sammenheng. En tekst er nemlig multimodal når den inneholder flere modaliteter som sammen skaper mening.

### **3.1.1 Tre tilnæringer til multimodalitet**

I artikkelen *Different approaches to multimodality* (2014b) legger Carey Jewitt frem tre ulike tilnæringer til multimodalitet; diskursanalyse, interaksjonsanalyse og sosialsemiotisk analyse (s. 31). Den multimodale diskursanalysen er opptatt av hvordan semiotiske ressurser skaper meningssystemer i gitte kontekster, og hvordan disse meningsnettverkene forandrer seg over tid. I den multimodale interaksjonsanalysen ser forskeren på mellommenneskelige relasjoner, altså forholdet mellom avsender og mottaker. I en slik analyse fokuserer man på hvordan avsender og mottaker oppfører seg i interaksjonen (s. 36-37). Den sosialsemiotiske tilnærmingen fokuserer primært på hvordan ulike modaliteter brukes av avsendere i gitte grupper eller kontekster (s. 33).

De tre tilnærmingene til multimodalitet er ikke helt forskjellige grener, men betoningene er litt ulike. Øierud (2015a) mener at tilnærmingene har nok til felles til at vi kan omtale retningene som ett felt (s. 45). Den sosialsemiotiske tilnærmingen kan ses på som en krysning av de to andre retningene. I sosialsemiotikken ser man på hvordan modalitetenes meningsuttrykk er knyttet til den kontekstuelle posisjonen til avsenderen (Jewitt, 2014b, s. 33). Her finner vi både den kontekstuelle forankringen fra diskursanalysen og avsenderens

interesser fra interaksjonsanalysen. Den sosialsemiotiske retningen kartlegger hvordan modaliteter brukes i gitte sosiale kontekster og tar dermed utgangspunkt i at mening forankres i konteksten, og at tekster formes etter avsenderens interesser (s. 33).

Det er den sosialsemiotiske tilnærmingen jeg tar i bruk i oppgaven. Målet med en slik analyse er å forstå og forklare samspillet mellom ulike modaliteter i en helhetlig tekst (Øierud, 2015a, s. 44). Sosialsemiotikken tilbyr en systematisk og sammenhengende studie av kommunikasjon som helhet, ikke bare deler av den (Hodge og Kress, 1988, s. 1). Ved å ta i bruk sosialsemiotikken kan jeg fokusere på den kommunikative helheten i Treningsforums meningsutveksling. Med et slikt analyseverktøy kan jeg undersøke hvordan ulike modaliteter brukes sammen for å skape et meningsfylt hele, og hvordan Treningsforum kommuniserer gjennom dem.

## 3.2 Retorikken og det multimodale

Kommunikasjonen undersøkes både fra et retorisk og et semiotisk perspektiv. På den måten kan flere elementer avdekkes i budskapet. I den retoriske og semiotiske tilnærmingen undersøker jeg hvordan det skapes mening, men tilnærmingene har ulike oppgaver. Treningsforum, altså de designerne som utformer et eller flere budskap, er opptatt av å bruke alle tilgjengelige semiotiske ressurser (modaliteter) for å få frem mening – det er altså en meningsskapende prosess. Retoren, derimot, ønsker å påvirke eller overbevise leseren gjennom den måten budskapet utformes på. Dermed er det viktig å se på hva innholdet og tekstdesignet gir av mening og om teksten har retoriske hensikter (Hellum, 2013, s. 15). Både semiotiske og retoriske hensikter er til stede på Treningsforum.

Multimodalitet preger dagens moderne mediesamfunn. I motsetning til den muntlige presentasjonen av tale i antikkens retorikk, oppstår nå retorisk kommunikasjon i mange forskjellige medier. I moderne kommunikasjon brukes det retoriske virkemidler i visuelle, auditive og verbale uttrykksmåter, og den helhetlige retoriske kommunikasjonen skapes i samspillet mellom modalitetene. I moderne kommunikasjon er informasjonen og retorikken både flytende og foranderlig, der produksjonen og resepsjonen av en tekst kjennetegnes av det Jens E. Kjeldsen (2011) kaller *bricolage*. I medieteorien forstås dette som en kombinasjon av de ytringene og uttrykkene som er tilgjengelige i teksten, og de nye sammensetningene som skapes i møtet med den. Dagens retorikk må erkjenne og forholde

seg til et nytt retorisk samfunn, der medier, deres funksjoner, retoriske appeller og ytringer er fundamentalt endret (s. 109).

I avhandlingen *Visuel Retorik* (2002) skriver Jens Kjeldsen at ”retorikken er ikke bundet til bestemte uttryksformer som tale eller skrift. Det retoriske kan være visuelt, og det visuelle retorisk” (s. 64). Oppgaven tar dermed høyde for at visuell og multimodal kommunikasjon er en naturlig del av dagens samfunn og av kommunikasjonssituasjonene avsendere i dag ofte står overfor.

### **3.3 Intensjonalitet**

Intensjonalitet er et begrep som jeg vil nevne kort her, fordi jeg anser det som viktig for forståelsen av hvordan det skapes mening i tekst.

Intensjonalitet handler om bevissthet – ”at bevissthetsakter alltid er rettet mot et objekt, dvs. at all bevissthet er bevissthet *om* noe” (Svendsen, 2011). Kjell Lars Berge (2008) forklarer begrepet som et samhandlingsprinsipp mellom avsender og mottaker. En tekst er bærer av mening som realiseres i teksten gjennom samhandling mellom avsender og mottaker (s. 37). Hos Johan Tønnesson (2004) forklares det at tekster er bærere av intensjonalitet(er) ”som peker på saksforhold i verden og/eller bevisstheten” (s. 81). Dermed kan ikke en mottaker tolke en tekst eller et bilde til å bety hva som helst. På en annen måte kan vi si at intensjonalitet kan forstås som tekstens meningspotensialer. Der teksten har forskjellige meningspotensialer, vil det også være ulike intensjonaliteter. I og med at dette er en multimodal studie, en studie som undersøker meningspotensialer i modaliteter og samspillet mellom dem, kan studien også sies å være en studie av tekstenes intensjonalitet(er).

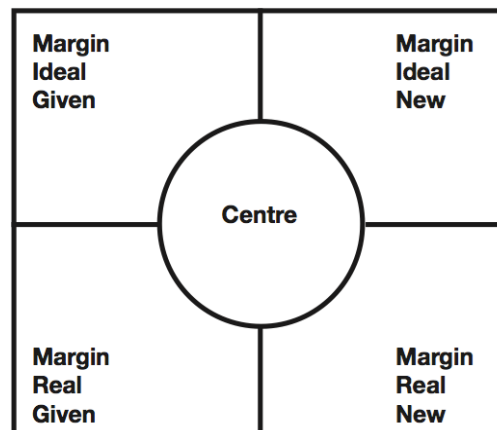
### **3.4 Modaliteter i studien**

I dette delkapittelet skal vi se nærmere på de faktiske modalitetene som studeres i oppgaven. Teoriene som fremlegges her danner videre det teoretiske grunnlaget for analysene i kapittel 5. Modellene jeg bruker for å analysere de ulike modalitetene i oppgaven er skapt av de to sosialsemiotikerne, Kress og van Leeuwen. Deres teori står sentralt i det sosialsemiotiske fagfeltet og det er de som står for utviklingen av den multimodale teorien. Deres forståelse av hvordan ulike modaliteter skaper mening danner derfor grunnlaget for den multimodale analysen.

### 3.4.1 Komposisjon

Alle tekster har bestemte komposisjoner av verbale og visuelle, og i noen tilfeller også auditive elementer. Modalitetene i en multimodal tekst er videre plassert ut fra hvilket meningspotensial de har (Hellum, 2013, s. 39).

*Plasseringen* har en innvirkning på hvordan ulike mottakere oppfatter og leser budskapet i kommunikasjonen. I en komposisjonsanalyse avdekker man hvordan og hvorfor modalitetene er plassert slik er de er plassert, og hvordan modalitetene til sammen skaper en meningsfull helhet (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 176).



Figur 9: Kress og van Leeuwens inndeling av komposisjon fra *Reading Images* (2006, s. 197)

I *Reading Images* (2006) skriver Kress og van Leeuwen at det som plasseres øverst i

komposisjonen ofte representerer det ideelle (se figur 9). Det ideelle består gjerne av generaliseringer eller essensen av informasjonen, eller budskapet. Den øverste delen av komposisjonen er ofte den mest fremtredende delen (*most salient part*) (s. 187). Altså er det som er plassert i det ideelle feltet ofte det som krever mest oppmerksomhet. De elementene som plasseres i nederste delen i komposisjonen representerer ofte det ekte og reelle. Det som presenteres her er gjerne fremstilt som mer spesifikk informasjon, eller realistisk (*down-to-earth*) informasjon (s. 187).

Kress og van Leeuwen (2006) skiller også mellom det som befinner seg til venstre og høyre i komposisjonen. Det som er plassert til venstre anses ofte som noe gitt, etablert eller akseptert av leseren. Det som befinner seg til høyre blir ofte tolket som nøkkelinformasjon, noe nytt eller overraskende (s. 180).

### 3.4.2 Fysisk størrelse

I tillegg til den meningsbærende funksjonen i komposisjonen, er også modalitetenes fysiske størrelser med på å tillegge mening. For eksempel har store og små bilder ulike meningspotensialer (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 124). Noen flater, som plakater eller kinolerrerter, retter seg mot offentlig oppfattelse, mens flater på nettsider retter seg mer mot den personlige opplevelsen til jeg-et (s. 219-220). Dette påvirker hvordan budskapet leses



og tolkes av mottakeren av den multimodale kommunikasjonen. Videre skapes det hierarkier mellom store og små elementer. Jo større og mer fremtredende et element er, jo viktigere er elementet (Björkvall, 2016, s. 100). ”Att vara stor är att vara viktig” (s. 101). I magasiner og nettsider blir leseren seg ofte hit og dit, og lesningen er ikke alltid kronologisk. Det som er størst og krever mest oppmerksomhet er ofte det mottakeren velger å fokusere på. På Treningsforum er alle bildene innrammede og fristilte fra teksten, noe som gir mottakeren friere tøyler i lesningen. Mottakeren kan velge lese måte og kombinasjonsmåter, oppdage ulike meningspotensialer og skape sin egen mening (Hellum, 2013, s. 46).

### 3.4.3 Bilder

I bildeanalysene ser jeg på hvordan bildene på ulike måter fungerer som bærere av mening og hvordan de er med på å bygge idealer. Vi oppfatter bilder som realistiske når motivet på bildet likner på det vi normalt ville sett i virkeligheten. Realistiske bilder oppfattes dermed som direkte gjengivelser av virkeligheten (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 163). Et typisk eksempel på slike bilder er fotografier (Holsanova, 2010, s. 65). Fordi hele tekstutvalget er sterkt preget av slike bilder, vil det i analysen fokuseres på nettopp dette.

#### Bildehandlinger

Man kan gjøre mye og påvirke relasjoner gjennom visuell interaksjon. Bilder har ressurser til å skille mellom roller i interaksjonen. Særlig to roller som kan uttrykkes visuelt er givende og krevende rolle (Björkvall, 2016, s. 36). Blikk-kontakt viser seg å være en mektig faktor når det gjelder relasjonen mellom den avbildede og betrakteren. En avbildet person som ser direkte på betrakteren, gir bildet en *krevende* handling (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 118). Den avbildede kan for eksempel kreve oppmerksomhet eller handling hos mottakeren. Dersom det ikke skapes øyekontakt mellom den avbildede og betrakteren er relasjonen kravløs. Den avbildede krever dermed ingenting og leseren kan uforstyrret betrakte mennesket på bildet. Bildehandlingen blir derfor ikke et krav, men et *tilbud* om informasjon (s. 119; Björkvall, 2016, s. 36).

Et bilde som krever noe av betrakteren har to funksjoner. For det første skaper det en visuell form for direkte adressering. Den visuelle konfigurasjonen anerkjenner mottakeren eksplisitt ved at han/hun henvendes til med et visuelt *du*. For det andre bruker produsenten slike bilder

til å kreve noe av mottakeren, der det skapes en kommunikativ situasjon mellom den avbildede og betrakteren. Den direkte henvendelsen krever at betrakteren entrer en slags imaginær relasjon til han eller hun på bildet. Hva slags type relasjon det inviteres til signaliseres ofte gjennom den avbildedes ansiktsuttrykk. Dersom personen på bildet for eksempel smiler, inviteres mottakeren til sosial tilhørighet. Stirrer den avbildede på betrakteren med et kjølig blikk, blir betrakteren satt i en situasjon der han/hun forholder seg som underlegen i forhold til den avbildede. (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 117-118).

Tilbudsbilder skaper derimot mer indirekte adresseringer til mottakeren. Her skapes det ikke øyekontakt og mottakeren opplever ikke at personen på bildet krever handling. Slike bilder *tilbyr* informasjon til betrakteren. Her skapes det reelle eller imaginære barrierer mellom den avbildede og mottakeren. I motsetning til krevende bildehandlinger, skapes det ikke direkte involvering i tilbudsbilder, men heller en følelse av frakopling. Det skapes altså ingen direkte relasjon mellom den avbildede og betrakteren. Betrakteren ser på den avbildede, som på sin side later som at han/hun ikke blir iaktatt (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 119-120). Bildehandlingen er dermed kravløs. På den måten realiseres den visuelle *du* på forskjellige måter, avhengig av om bildet er et tilbudsbilde eller om bildet stiller imaginære krav (s. 139).

### **Vinkler og perspektiver i bilder**

Videre vil analysen gå inn på vinkler og perspektiver. Ulike vinkler koder graden av engasjement og involvering. I horisontale bilder er vinkelen enten frontal eller skrå, og det er ved den frontale vinkelen at involveringen er sterkest. På slike bilder inviteres betrakteren inn i den avbildedes verden, mens en skrå vinkel gir inntrykk av at den avbildedes og mottakerens verden er separerte. Leseren adresseres som en betrakter/tilskuer av bildet, der graden av *involvering* koder bestemte verdier. De ulike perspektivene bidrar til en forståelse av maktrelasjonen som befinner seg mellom den avbildede og mottakeren (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 136).

I tillegg til horisontale bilder, finnes det også vertikale bilder i tekstutvalget. Slike bilder tillegger den avbildede rollen som liten og ubetydelig, eller imponerende og overlegen, avhengig av bildets perspektiv og vinkel. Den vertikale vinkelen har også betydning for maktrelasjonen mellom den avbildede og betrakteren. Dersom personen på bildet ser ned på mottakeren, ligger makten hos personen på bildet. I et motsatt tilfelle ligger makten hos

leseren. Dersom bildet er tatt i samme høyde som betrakteren, foreligger det en maktbalanse (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 140).

### 3.4.4 Farger

Farger er en modalitet som ofte gir mening sammen med andre modaliteter, som for eksempel bilder, komposisjon, logoer osv. (Hellum, 2013, s. 47). Fordi farger, kontraster og lys spiller en vesentlig rolle i bildebruken, har jeg valgt å kombinere bilde- og fargeanalyse i kapittel 5.

Ulike farger har ulike meningspotensialer og fargenes egenskaper kan være meningsskapende (Hellum, 2013, s. 48). Det er naturlig å anta at farger kan bety ulike ting for ulike mottakere, og på grunn av uklare tolkningsrammer velger jeg derfor å se bort i fra betydningen av enkeltfarger. Jeg velger heller å fokusere på fargenes grad av metning. Mørke farger, eller *mettede* farger, har et annet meningspotensial enn lyse og umettede farger (s. 48; Kress og van Leeuwen, 2002, s. 356). Det er vanlig for en mottaker å oppfatte farger i bilder som ekte når de likner mest mulig på slik mottakeren ville sett fargen i virkeligheten (van Leeuwen, 2014, s. 404; Björkvall, 2016, s. 120). Dersom fargene er tilgjorte, virker også bildet tilgjort. Farger kan også brukes til uttrykke ulike sinnsstemninger og de kan gi konnotasjoner og assosiasjoner til ulike ting. Sterke farger kan skape vulgære og skrikende følelser, men også generelt sterke følelser og energi. Lyse farger oppleves ofte som snille og romantiske, eller kalde og uten energi (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 230; Hellum, 2013, s. 50). Farger kan med andre ord skape ulike følelser hos betrakteren.

På samme måte som fargemetning, påvirker også kontraster og belysning om vi oppfatter bilder som virkelighetsnære. Dersom det er klart hvor lyskilden er plassert og det dannes skygger i bildet, virker det mer ekte enn om det er uklart hvor lyskilden er plassert. Det samme gjelder eksponering. Et normaleksponert bilde fremstår som noe vi ville sett i virkeligheten da bildet ble tatt, og virker dermed ekte. Et over- og/eller underekspontert bilde er enten lysere eller mørkere enn virkeligheten og fremstår dermed ikke ekte (Björkvall, 2016, s. 122). Ut ifra denne tanken om ektehetsverdi, velger jeg å analysere i hvilken grad farge og lys brukes til å gjenspeile virkeligheten, om bildene fremstår tilgjorte eller ikke, samt hvordan ulike farger brukes til å skape følelser hos leseren.

### **3.4.5 Video**

Bevegelsene i videoene blir tolket som en serie av bilder. Derfor benytter jeg i stor grad teorier som er presentert under 3.4.3 og 3.4.4 i videoanalysene. Videre skiller Andrew Burn (2014) mellom to funksjoner for analyse av bildebevegelser; romlig og temporal. I den romlige analysen ser man på visuelle design av karakterer, vinkler, perspektiver og steder. Den temporale funksjonen tar for seg kamerabevegelser og overganger mellom bevegelsene, musikk, lys og tale (s. 381). Ved å analysere slike funksjoner finner man meningspotensialer i de ulike modalitetene, der den multimodale teorien tilbyr nye måter å tenke om kombinasjonen av tegnsystemer som finnes i slike kulturelle former, som narrative filmer, fjernsyn, bevegende bilder, animasjoner osv. (s. 375). Multimodal analyse av filmer tilbyr en lesning på kryss av fenomener i moderne kommunikasjon, der modaliteter som bilder, farger, musikk og tale er bærere av ulike meninger, som til sammen skaper et helhetlig uttrykk (s. 385).

### **3.4.6 Musikk**

Musikk er et fenomen som kan beskrives om et sosial akseptert system av lyder som bærer ulike meninger. Det er med andre ord meningspotensial i musikk. Musikk kan sette oss inn i ulike sinnsstemninger og brukes ofte til å bevisst manipulere handlinger på en mer eller mindre tilsiktet måte. I filmer brukes lyd til å sette sammen sekvenser og til å sette oss i en bestemt sinnsstemning sammen med bilder. Musikk i filmer brukes til å skape kontinuitet, i sceneoverganger, skape stemning, underholdning og legge til rette for handling (West, 2014, s. 411). Modaliteter, som for eksempel stemmer og instrumenter, blir ofte hørt og tolket samtidig av mottakeren. Slik samtidig samhandling reflekterer interaksjon i vårt daglige liv. Modalitetene som brukes i musikk danner et umiddelbart affektivt uttrykk for sosial identitet og kulturell kollektivitet, og det er her det musikalske uttrykket blir spesielt sterkt (van Leeuwen, 1999, s. 77).

Produsenten/avsenderen spiller en viktig rolle fordi ulike effekter er valgt med tanke på å sette betrakteren i et bestemt modus. Flere studier viser at musikk har en viktig innvirkning på forbrukeres/leseres oppførsel (West, 2014, s. 412). Populær musikk og velkjente sanger viser seg å ha stor positiv effekt i salgs- overbevisningssituasjoner. Auditive pauser benyttes for å endre mottakerens fokus, for å bygge oppmerksomhet, eller rett og slett for å gi mottakeren en pause fra musikken. Musikk kan også få mottakeren til å føle at han/hun

entrer en annen verden. Trommer og bass brukes ofte for å signalisere makt og militær styrke. Musikken som typisk spilles på treningssentre (og i videoartikkel 3) har som formål å motivere til aktivitet, som minner om militær marsj-musikk (s. 412-413).

### **3.4.7 Skrifttyper**

Skrifttyper, eller typografi, har vært en viktig meningssskapende ressurs helt siden man begynte å trykke bøker, og skriftypenes rolle som en semiotisk ressurs har ikke blitt mindre betydelig siden internett og ordbehandlingsprogrammer ble tilgjengelige (Björkvall, 2016, s. 126). I følge van Leeuwen (2006) brukes ulike skrifttyper til å representere kvaliteter og handlinger som avsenderen ønsker å formidle. Valg av ulike skrifttyper representerer også avsenderens holdninger til det som presenteres (s. 143). Skriftypenes utforming kan bety ulike ting. Fet skrift har for eksempel et annet meningspotensial enn skråskrift. Fet skrift uthever ofte at noe er viktig, men den kan også signalisere ideer, personlighet, selvsikkerhet osv. Skråskrift brukes ofte for å gi et preg av håndskreven eller uformell tekst, mens rund skrift ofte er å se i moderne logoer (s. 149; Hellum, 2013, s. 52).

Dagens tegnsetting har opprinnelse fra romertiden og de mest tradisjonelle skriftypene kjennetegnes av seriffer. Skrifttyper med seriffer, eller føtter, som for eksempel Times New Roman og Garamond, er tradisjonelt forankret. Slike skrifttyper bidrar til en tydelig leselinje og er også viktig for lesbarheten (Haanes, 2005, s. 23-25). Skrifttyper uten føtter, som Helvetica eller Arial er inspirert av industrien, de er enkle å reprodusere og oppfattes mer moderne (s. 38).

### **3.4.8 Verbaltekst**

Tekster som omfatter flere kommunikasjonsformer er multimodale. I tillegg til de visuelle modalitetene, fungerer også verbalteksten som en selvstendig meningssskapende ressurs i tekstutvalget (Björkvall, 2016, s. 8). Designere som utformer et eller flere budskap er opptatt av å bruke alle tilgjengelige modaliteter for å få frem mening (Hellum, 2013, s. 15). Verbaltekst er en av de viktigste modalitetene i tekstutvalget. Artikkel 1 og 2 inneholder forholdsvis lange brødtekster, i motsetning til artikkel 3 og 4 som benytter muntlig kommunikasjon i form av video. Muntlig tale analyseres som tekst på lik linje som brødtekstene i artikkel 1 og 2, fordi muntlige ytringer kan være tekst på lik linje som skriftlige. Dette kommer jeg nærmere innpå i kapittel 6.

## 3.5 Tekst og språk i studien

I innledningen presiserte jeg at analysene vil ta for seg både visuelle, auditive og språklige strategier. Disse vil bli delt inn i to kapitler. I verbaltekstanalysen i kapittel 6 ser jeg særlig på språkhandlinger som legger opp til direkte handling hos mottakeren, samt hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom retoriske og språklige virkemidler. Retoriske og språklige teorier som fremlegges her danner grunnlaget for analysen i kapittel 6.

### 3.5.1 Den retoriske situasjonen

I retoriske ytringer er hensikten å legge opp til forandringer i verden. Man forsøker å skrive tekster for å endre lesernes tankemønstre, slik at de skal handle på en bestemt måte og endre faktiske forhold i verden. En retorisk situasjon er en situasjon der dette er mulig ved hjelp av språklig kommunikasjon. Slike situasjoner består av et påtrengende problem, et publikum og retoriske vilkår (Bakken, 2014, s. 61-62). Det påtrengende problemet beskrives som noe feil, eller noe som venter på å bli gjort. Problemet krever eller inviterer til kommunikasjon som aktiverer eller engasjerer mottakeren til å ville endre det. Når problemet løses, løses også den retoriske situasjonen. De som kan bidra til å løse problemet er det retoriske publikum. Publikum må ha en interesse for å løse problemet fordi et faktisk forhold utløser ingen respons uten interesse (Kjeldsen, 2015, s. 82). Treningsforum presenterer retoriske problemer i tekstene fordi problemene inviterer til handling og fordi Treningsforum potensielt kan modifisere dem ved hjelp av kommunikasjon. Treningsforum må overbevise mottakeren om deres syn på situasjonen og skape enighet som dette synet, slik at mottakeren tenker eller handler på en måte som kan løse problemet (s. 84).

Til sutt består den retoriske situasjonen av retoriske vilkår. Disse vilkårene er de mulighetene og begrensningene som Treningsforum må forholde seg til, samt de rammene som de må jobbe innenfor. Det er disse rammene Treningsforum må benytte for å endre situasjonen. Retoriske vilkår har makt til å avgrense og fremtvinge de nødvendige beslutningene og handlingene (Kjeldsen, 2015, s. 86). Vilrårene deles videre inn i fagtekniske og ikke-fagtekniske, der de fagtekniske styres av Treningsforum og bringes inn i situasjonen. Disse vilrårene skapes i teksten gjennom avsenderens personlige karakter, emosjonelle appeller, rasjonelle bevismidler og stil (ethos, pathos og logos). De ikke-fagtekniske vilrårene består av omstendigheter som Treningsforum i utgangspunktet ikke

kan styre, men som de bare må forholde seg til (s. 87). Eksempelvis kan ikke Treningsforum styre hvem som leser artiklene og hvor artiklene leses.

Den retoriske situasjonen er viktig å kartlegge fordi den gjør leseren oppmerksom på hvilken situasjon artiklene befinner seg i; hvilke påtrengende problemer som finnes i teksten, hvilket publikum som kan løse disse problemene og hvilke vilkår som regulerer hva som kan gjøres (Bakken, 2014, s. 63). Slike situasjoner kan fortelle noe om hvilke idealer som finnes i teksten - gjennom hvilke påtrengende problemer som presenteres og hvordan de kan/burde løses. Hvordan og hva det argumenteres for og om avsender og mottaker deler samme virkelighetsforståelse, er også en viktig del av den retoriske situasjonen. For å kunne argumentere og overbevise en mottaker om noe, er avsender nødt til å basere argumentene på mottakerens doxa (Rosengren, 2011, s. 160).

### **3.5.2 Doxa**

I artikkelen *On doxa – the epistemology of the New Rhetoric* (2011), forklarer Mats Rosengren at doxa er et diffust og vagt begrep, men at det generelt anerkjennes som sunn fornuft (*common sense*) (s. 159). Doxa er altså sunn fornuft, det som syner seg eller det noen synes (Andersen, 2012, s. 144). På en annen måte kan vi si at doxa er basert på skjønn og er alminnelige antatte meninger hos den enkelte (s. 149). Doxa er altså meninger og oppfatninger hver enkelt har og dermed også subjektive. Dersom en avsender og en mottaker deler tanker eller meninger har de samme doxa, på den måten at de har den samme forståelsen av virkeligheten. Overbevisningen blir mest effektiv når avsenderen baserer argumentene på mottakerens doxa (Rosengren, 2011, s. 160).

Dersom en påstand mangler argument, eller om påstanden er plassert som gitt i komposisjonen, kan vi lese at avsenderen henvender seg til mottakere med felles doxa. Avsenderen henvender seg altså til de som ikke trenger å overbevises om at påstanden stemmer, det er noe avsender og mottaker allerede er enige om. Dersom avsenderen aktivt går inn for å overbevise gjennom argumenter, henvender avsenderen seg til mottakere som ikke deler avsenderens doxa. Retorikken er dermed med på å utvikle doxa hos mottakeren; ”Rhetoric does not discover truths; it creates the truths that are needed for the moment” (Rosengren, 2011, s. 160).

Doxa er viktig for denne studien fordi subjektive meninger hos den enkelte kan være knyttet til sosial kontekst. Lesere som allerede er enige i at trening er viktig trenger ikke å overbevises om dette, i motsetning til mottakere om ikke deler denne oppfatningen. Doxa er viktig fordi forskjellige lesere krever ulik argumentasjon for å bli overbevist om budskapet.

### 3.5.3 Tekstens overbevisende kraft

I retorikken blir alt som kan brukes til å overbevise mottakeren betegnet som bevismidler. Aristoteles (2015) skiller mellom to hovedkategorier for bevismidler; ikke-tekniske og tekniske. De ikke-tekniske bevismidlene er de omstendighetene som befinner seg utenfor teksten, som for eksempel forskningsbevis. Slike bevis kan benyttes og henvises til for å styrke overbevisningen. Tekniske bevismidler er de bevisene som skapes i selve teksten (s. 27). Disse kjenner vi som appellformene ethos, pathos og logos (Bakken, 2014, s. 37). Ethos omhandler avsenderens troverdige karakter gjennom moral, velvilje og kompetanse (Kjeldsen, 2015, s. 115). Pathos handler om overbevisning ved å appellere til mottakerens følelser, samt hvordan avsenderen kan bearbeide mottakerens følelsesmessige reaksjoner til sin fordel (Aristoteles, 2015, s. 9). ”Det er følelsene som gjør at folk endrer mening og tar forskjellige avgjørelser” (Kjeldsen, 2015, s. 306). Logos handler om selve saken, der argumentasjonen er nødt til å virke sann eller sannsynlig for å kunne overbevise mottakeren. Logos er når avsenderen ”påviser eller ser ut til å påvise noe”, og ”viser at noe er sant eller sannsynlig” (Andersen, 2012, s. 137).

Jonas Bakken presenterer i boken *Retorikk i skolen* (2014) Aristoteles sine seks grunnleggende argumentasjonstyper:

- **Anklage og forsvare:** argumentasjon som dreier seg om fortiden, der det oppstår uenighet om en person er skyldig i en ulovlig eller umoralsk gjerning eller ikke. Når man skal forsvare seg mot en anklage, kan man velge å argumentere for at noen andre begikk gjerningen, at gjerningen ikke var ulovlig eller umoralsk, eller at gjerningen ikke ble begått med viten og vilje (s. 55).
- **Anbefale og fraråde:** argumentasjon som dreier seg om fremtiden, der det er uenighet om hva man bør gjøre i en gitt situasjon (s. 56). Dersom man ønsker å anbefale noen til å gjøre noe, bør man vite hva mennesker generelt verdsetter og streber etter. Bakken (2014) referer til Cicero som hevder at det særlig er to ting



mennesker verdsetter; det som er hensiktsmessig og det som er hederlig (s. 57).

Dersom man ønsker å fraråde noen til å gjøre noe, kan man argumentere for at forslaget er uhederlig eller uhensiktsmessig (s. 58).

- **Lovprise og kritisere:** argumentasjon som dreier seg om nåtiden, der det er uenighet om en person er et godt menneske eller ikke (s. 59).

Hvordan tekstutvalget spiller på ethos, pathos og logos kan ha noe å si for hvordan leserne opplever Treningsforums retorikk, og samtidig legge føringer for hva slags idealer artiklene fremsetter, samt hvordan de fremstår overfor leseren.

### 3.5.4 Persuasio og retorisk gradering

Ordet *persuasio* kommer av det engelske *to persuade*, som betyr å overtale (Kjeldsen, 2015, s. 18). For å kunne avgjøre om en avsender forsøker å overbevise noen om noe, må man først avgjøre om teksten er retorisk eller ikke. I *Visuel Retorik* (2002) skriver Jens E. Kjeldsen at det kan være vanskelig å skille mellom retoriske og ikke-retoriske tekster. Eksempelvis er det vanlig at tekster på internett er konstruert i fellesskap av mange forskjellige personer. Dette fellesskapet gjør forestillingen om én retorisk intensjon problematisk (s. 41). Kjeldsen (2002) foreslår derfor at man heller skal fokusere på former eller grader av retorikk, altså graden av retorisk utfoldelse som er nødvendig for at mottakeren skal forstå, eller akseptere det retoriske utsagnet (s. 41-42).

I boken *Retorik. Klassisk og Moderne* (1989) skiller Jørgen Fafner mellom bred og snever persuasio-forståelse (s. 39, i Kjeldsen 2002, s. 42). I den brede forståelsen fremstiller man noe for mottakeren slik at han/hun ”accepterer det, forstår det eller medoplever det” (s. 42). Denne forståelsen er informativ og/eller forklarende og innebærer dermed ikke overtalelse eller overbevisning, slik som i den snevre persuasio-forståelsen. Snever persuasio brukes altså når en avsender aktivt forsøker å overbevise en mottaker om noe (s. 43).

José Luis Ramírez påpeker i boken *Scandinavian Studies in Rhetoric* (2011) at de tre klassiske retoriske forutsetningene for *persuasio* er ethos, pathos og logos, og at den retoriske effekten bestemmes av dette tredimensjonale koordinatsystemet (s. 85). For å avgjøre hvor retorisk en tekst er, kan vi se på hvordan persuasio brukes for å overbevise mottakeren. Jo større divergens det er mellom avsender og mottaker, jo større er kravet om

bruken av bevismidlene ethos, pathos og logos. Og jo mer aktivt bevismidlene brukes, jo tydeligere fremstår retorikken (Kjeldsen, 2002, s. 42). Kjeldsen (2002) trekker frem et skille mellom latent og manifest retorikk for å gi den retoriske graderingen mening:

- **Latent retorikk** handler om epideiktisk retorikk. Her appelleres det ikke til umiddelbar handling eller holdningsendring. I stedet skapes det en retorisk appell som først og fremst skal styrke nåværende holdninger og/eller handlinger (s. 53). Latent retorikk styrker med andre ord det mottakeren allerede tenker (s. 54).
- **Manifest retorikk** har røtter i den deliberative og forensiske retorikken, og faller inn under en mer snever persuasio-forståelse. Manifest retorikk nærmer seg en mer klassisk retorikk, der det appelleres til umiddelbar handling og holdningsendring hos mottakeren. Retorikken er mer ”synlig” enn i latent retorikk, fordi det ofte fremlegges ”gode grunner” for handling eller holdningsendring (s. 54).

Selv om det skilles mellom latent og manifest retorikk, er det sjeldent at disse formene for retorikk er absolutte. Det vil ofte finnes spor av elementer fra begge formene i samme tekst, men ved å kartlegge den dominerende formen, kan man likevel oppdage hvordan den retoriske bruken er med på å forme kommunikasjonen (Kjeldsen, 2002, s. 56). I denne studien vil særlig spørsmålet om hvorvidt retorisk kommunikasjon appellerer til handling og holdningsendring være sentralt. Det er mulig at tekstutvalget vil ligge nærmere manifest retorikk fordi Treningsforum prøver å overbevise mottakeren om ”riktig” trening, kosthold og livsstil. Dessuten benyttes det ofte direktive språkhandlinger, der mottakeren oppfordres til å gjøre noe fysisk.

### 3.5.5 Språkhandlinger og direkte adresseringer

Å studere språkhandlinger er viktig fordi all lingvistisk kommunikasjon involverer lingvistisk handling. Med andre ord innebærer språklig kommunikasjon språklig handling (Searle, 1990, s. 16). John R. Searle forklarer i boken *Speech Acts* (1990) at språklig kommunikasjon er *produksjonen* av ord, setninger og symboler i språkhandlinger, og ikke ord, setninger og symboler i seg selv. Videre sier han at språkhandlinger er produksjon av ulike setningstegn under visse forhold, som er grunnleggende for språklig kommunikasjon og som utgjør viktige meningsfunksjoner i ytringen (s. 16). Alle meningsfulle setninger i en tekst kan brukes til å utføre bestemte språkhandlinger i en gitt kontekst (s. 18). For hver

mulige språkhandling finnes det mulige setninger, der ytringene i en bestemt kontekst vil utgjøre en utførelse av den bestemte språkhandlingen (s. 19). Eksempel; dersom noen sitter rundt et middagsbord og en av personene sier ”er det noe salt her?”, vil meningen være ”gi meg saltet”, selv om spørsmålet egentlig handler om det finnes noe salt rundt bordet. Målet med denne språkhandlingen er å få noen av de andre til å sende saltet (s. 25).

På Treningsforum benyttes det ofte proposisjonelle språkhandlinger som er rettet mot mottakeren. Slik som i eksempelet over, kan ikke slike språkhandlinger oppstå alene. Man kan ikke referere eller henvende seg til noen uten å komme med en påstand, en anmodning eller et spørsmål, eller ved å bruke en annen type språkhandling (Searle, 1990, s. 25). Når man sier noe engasjerer man seg i en regelbestemt form for oppførsel. Å si noe er å utføre handlinger på bakgrunn av disse reglene (s. 22). Det karakteristiske ved direkte adresseringer og refererende uttrykk, som for eksempel ved en henvendelse til et *du*, er at de tjener til å identifisere noe, prosessere noe, legge opp til handlinger osv. (s. 26-27).

Når det kommunikative poenget er å få mottakeren til å gjøre noe, bruker avsenderen direkte språkhandlinger. Slike språkhandlinger kan være å be om noe, beordre, anmode, kreve osv. Det avsenderen vil at mottakeren skal gjøre kan også være i mottakerens interesse, som for eksempel å invitere, råde noen til noe, tillate osv. Spørsmål er også direktiver, i og med at spørsmål krever svar. Direktive språkhandlinger viser gjerne til framtidige og ønskelige handlinger av mottakeren (Svennevig, 2013, s. 62).

I slike tekster adresserer gjerne avsenderen til et *du*, mer eller mindre eksplisitt. De mindre eksplisitte adresseringene er ofte realisert av imperativsetninger, som for eksempel *løft tunge vekter*, eller *bli kvitt magefettet*. Slike setninger mangler subjekt, men adresserer likevel til en andreperson. Det proposisjonelle innholdet viser til en ønskelig fremtidig handling hos en annen. De mer eksplisitte adresseringene realiseres gjerne i form av et eksplisitt *du*, som for eksempel ”dette bør *du* gjøre for å komme i form”, eller ”vil *du* ha markerte magemuskler?”. Altså rettes direkte språkhandlinger vanligvis til en mottaker som refereres til med pronomenet *du* (Fremer, 2000, s. 139).

I dag er det helt vanlig å se direkte appellerende språk i aviser og nettbaserte magasiner i den såkalte DU-journalistikken (Veum, 2015, s. 83). Personlige adresseringer bidrar til

intimisering av språket, der det muntlige og det uformelle er karakteristisk for språkbruken i mange forskjellige sammenhenger (Lundeby, 1996, s. 198; Veum, 2015, s. 85).

### **3.5.6 Presupposisjoner**

En presupposisjon er en underforstått forutsetning i teksten, eller selvfølgelige tanker som ligger bak visse handlinger (Hågvar, 2011, s. 92). I all kommunikasjon er vi nødt til å regne noe som kjent eller gitt på forhånd og vi regner med at leseren vet og aksepterer det gitte. Presupposisjoner blir dermed bakgrunnsinformasjon (Svennevig, 2013, s. 55). Vi kan presupponere noe på flere måter, men det vanligste er å referere til noe man forutsetter at er kjent. Det vi velger å underforstå er viktige signaler om hva vi tar for gitt innen den aktuelle diskursen (Hågvar, 2011, s. 93). Presupposisjoner kan minne litt om retorikkens doxa, men forskjellen er at doxa retter seg mot overbevisning, mens presupposisjoner er mer pragmatisk rettet mot språkbruk.

## **3.6 Modalitetenes samspill**

Både visuelle, auditive og verbaltekstlige elementer er vesentlige for meningsskapingen i tekstutvalget. Det er i samspillet mellom disse modalitetene den helhetlige meningsskapingen ytres (Øierud, 2015a, s. 43). Hver enkelt modalitet ytrer mening hver for seg, men i den multimodale teorien tar man likevel utgangspunkt i at representasjon og kommunikasjon alltid beror på en rekke modaliteter, der alle modalitetene har individuelle potensialer til å bidra like mye til mening (Jewitt, 2014a, s. 15). Fordi alle modalitetene til sammen skaper en helhetlig mening, vil dette samspillet inngå i det som kalles tekstuell metafunksjon. Denne metafunksjonen står sentralt i multimodalitetsteorien.

### **3.6.1 Metafunksjoner**

Kress og van Leeuwen (2006) skriver at alle modaliteter i en tekst må oppfylle noen kommunikative krav for å kunne fungere som et fullverdig kommunikativt system. Alle modaliteter må oppfylle tre metafunksjoner; den ideasjonelle, den mellompersonlige og den tekstuelle (s. 41-42). De sier noe om modalitetens meningspotensialer i en tekst, enten hver for seg og/eller sammen. Metafunksjonene bygger på Hallidays funksjonelle lingvistikk og semiotikken, som Kress og van Leeuwen plasserer seg innenfor (s. 41).

- **Den ideasjonelle metafunksjonen**

Alle modaliteter må kunne representere aspekter i verden slik at de er gjenkjennelige for mottakeren (s. 42). Metafunksjonen skal besvare hvordan det skapes og formidles et saksforhold i verden (Øierud, 2015a, s. 47). Det må være klart for en mottaker hva modalitetene betyr.

- **Den mellompersonlige metafunksjonen**

Alle modaliteter må være i stand til å kunne representere en bestemt sosial sammenheng mellom avsender, mottaker og gjenstanden/objektet som er representert. En modalitet er nødt til å kunne vise til en relasjon mellom avsender og mottaker av tegnet, hvordan språket skaper og opprettholder relasjoner, roller og status mellom deltakerne (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 42; Øierud, 2015a, s. 33). Metafunksjonen skal besvare hvordan det uttrykkes handlinger og relasjoner i kommunikasjonen (Øierud, 2015a, s. 47).

- **Den tekstuelle metafunksjonen**

Alle modaliteter må ha potensiale til å kunne skape en sammenheng av ulike språklige og semiotiske elementer i en tekst. Kress og van Leeuwen (2006) forklarer at de ulike modalitetene som finnes i samme tekst må ha en sammenheng med hverandre (internt) og med konteksten (eksternt) (s. 43). Her vil særlig komposisjonen være gjeldende. Plasseringen av ulike modaliteter tillater ulike realiseringer av forskjellige tekstuelle meninger. Metafunksjonen skal besvare hvordan det skapes sammenheng i teksten (Øierud, 2015a, s. 47).

### **3.7 Tekstbegrepet i oppgaven**

Til slutt vil jeg bare presisere tekstbegrepet jeg jobber ut fra. Kjell Lars Berge forklarer i boken *Tekst og historie. Å lese tekster historisk* (2008) at tekster er kulturskapt fenomen og at de er avhengige av kulturkontekst for å kunne forstås fullt ut (s. 45). Tekster er typifiserte ytringer, i den forstand at de kan kategoriseres kulturelt å få et sjangernavn, som for eksempel forumer, blogger, avisinnlegg osv. (s. 43). Ytringer som er kulturelt relevante og valide er det vi normalt definerer som tekst (Berge, 2011, s. 93). Tekster er altså ytringer som skiller seg ut og tillegges en spesiell verdi i kulturen. Berge (2008) definerer tekst slik; ”Tekster er ytringer som deltakerne i en viss kultur gir en spesielt avgrenset status eller

verdi, der det i kulturen er utviklet tekstnormer som avgjør hvilke ytringer som gis tekstverdi, og hvordan slike tekster ordnes.” (s. 44). På den måten er det deltakerne som gir en ytring dens verdi som tekst og det er normer i teksten, som utvikles i kulturen, som bestemmer hvilke ytringer som får denne verdien.

Tekster er med andre ord kulturavhengige måter å skape mening på (Berge, 2011, s. 99). Det er denne tekstdefinisjonen jeg jobber ut fra i oppgaven. Jeg går ut fra at tekster ikke bare er skrevne ord, men hele ytringer. Artiklene på Treningsforum er tekster som skaper mening i en kulturell kontekst, og verbalteksten må derfor ses i sammenheng med konteksten de oppstår i.

### **3.7.1 Kulturkontekst**

Kunnskap blir overført i sosiale kontekster, gjennom forhold mellom mennesker. De ordene som utveksles i slike kontekster får sin mening fra aktiviteter de inngår i. Termene tekst og kontekst er aspekter ved samme prosess, en tekst er en tekst som ledsages av andre tekster. Konteksten inkluderer andre ikke-verbale aktiviteter, altså den totale rammen som teksten er en del av. Den er med på å bygge bro mellom teksten og den situasjonen som teksten oppstod i (Halliday, 1999, s. 69).

Den kulturelle bakgrunnen er den kulturen som teksten springer ut fra. I dette tilfellet representerer tekstene en trenings-, eller fitnesskultur som har blitt ytret på internett. At disse artiklene er en del av en treningskultur på nettet, betyr også at de er en del av nettkulturen. Det vil si at tekstene representerer en treningskultur i en internettkultur. Forfatteren skriver innenfor rammene som gjelder på internett, som er et offentlig medium, og for en spesiell lesekategori, kalt publikum. Disse kategoriene, samt avsenderen, innebærer et sett av forventninger om hvordan man uttrykker seg i og gjennom språket. De forutsetter et mer eller mindre forutsigbart kommunikasjonssystem, altså en kulturkontekst (Berge, 2008, s. 42).

Kulturelle forankringer kan prege innholdet og være styrende for teksten. Alle tekster som er produsert i en kultur er i større eller mindre grad preget av ulike agendaer, på den måten at de ønsker å oppnå noe med det de skriver. De har en intensjon og målet med en tekst vil derfor ofte være preget av den kulturen den er skrevet i (Halliday, 1999, s. 115). Vi kan se at

tekstene springer ut fra en treningskultur når vi studerer materialet. For eksempel indikerer overskriften til artikkel 1, *5 tips for jentene skal komme i form*, at denne artikkelen handler om kropp og helse. Dessuten er artikkelen hentet fra Treningsforum.no, der navnet på nettsiden styrker oppfattelsen vi får av overskriften, og som videre indikerer at tekstens overordnede tema er trening. Det umiddelbare inntrykket mottakeren får er at det overordnede målet er å hjelpe jenter til å få en god fysikk. Dette målet er forankret i den kulturen som teksten oppstod i. Eksemplene over får sin mening fra trening og fitness som forankrede interesser i kulturen (s. 115).

### **3.8 Det teoretiske rammeverket**

Teoriene jeg har valgt å bruke i oppgaven er valgt med tanke på relevans for analysen. Det må også sies at teoriene ikke er absolutte, men fungerer mer som et rammeverk som analysen holder seg innenfor. For meg som forsker på multimodale tekster er det viktig at jeg bruker teoriene om hverandre, slik at jeg kan avdekke og oppdage hvordan de ulike modalitetene *sammen* skaper en *helhetlig* forståelse av tekstene. Jeg vil også her presisere at studien er basert på anvendt forskning, der teoriene brukes for å avdekke faktiske forhold i verden.

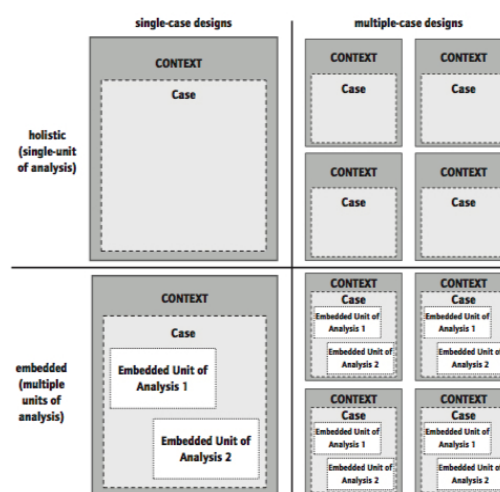
# 4 Metode

Målet med dette kapitlet er å styrke studiens reliabilitet (Grønmo, 2016, s. 241). Ettersom jeg søker en helhetlig forståelse av materialet, vil prosjektet være en kvalitativt rettet studie. Kvalitative tilnæringer åpner for en dypere innsikt, involverer verbale beskrivelser av ulike situasjoner i det virkelige liv, og er fleksibel til å se materialets kontekstuelle helhet (Silverman, 2014, s. 4). En mulig kritikk av kvalitative studier er at de fort kan bli subjektive og spekulative. Her må det tas hensyn til studiens reliabilitet. For å møte denne kritikken har jeg valgt å tydelig beskrive det teoretiske rammeverket, materialet og metoden som viser til forskningsarbeidet. På den måten styrkes studiens kredibilitet ved at jeg gir leseren et klart og detaljert innblikk i prosessen bak funnene (s. 20).

## 4.1 Casestudie

En av metodene som ofte er basert på kvalitative tilnæringer er case. Casestudier har som formål å utvikle en helhetlig forståelse av det som skal undersøkes. I slike studier kan enheter studeres hver for seg, men på en slik måte at analyseresultatene for de ulike enhetene blir sammenliknbare (Grønmo, 2016, s. 105). Jeg har valgt case som metode fordi casestudier ofte er å foretrekke når man 1) spør hvordan eller hvorfor, 2) har liten eller ingen kontroll over det som studeres, og 3) studerer et dagsaktuelt fenomen som er å finne i en kontekst i verden (Yin, 1994, s. 9).

I *Case Study Research. Design and Methods* (1994) deler Robert K. Yin casestudier inn i fire forskjellige design (se figur 10). Disse fire består av enkeltcase (i holistisk eller integrert form) og multi-case i de samme to formene (s. 38). Denne studien faller inn under holistisk multi-case. Studien inneholder nemlig flere enn én enkeltcase, og alle casene er separerte (s. 44).



Figur 10: Robert Yins casedesign.

I studien er Treningsforum som sådan å regne som en enkeltcase, der artiklene jeg undersøker er multi-caser innenfor enkeltcasen. Yin (1994) påpeker at konklusjoner som trekkes på bakgrunn av flere



caser er sterkere enn konklusjoner som trekkes av enkeltcaser (s. 46). Det kan argumenteres for at designet jeg jobber ut fra har en integrert form, nettopp fordi alle casene hver for seg er en del av Treningsforums kommunikasjon. Fordi jeg ser hver enkelt case som helhetlig, vil jeg likevel argumentere for at studien har et holistisk forskningsdesign. De studeres hver for seg, men på en slik måte at analyseresultatene for de ulike enhetene blir sammenliknbare (Grønmo, 2016, s. 105). Jeg trekker altså konklusjoner fra hver case og sammenlikner dem. Dette for å få et helhetlig bilde av Treningsforums multimodale kommunikasjon.

## 4.2 Gangen i analysene

For å sikre meg best mulig oversikt over casene valgte jeg å analysere de visuelle, auditive og språklige modalitetene hver for seg, samtidig som de ulike modalitetene ble tolket som en integrert del av hverandre. I kapittel 5 studerte jeg visuell og auditiv idealbygging, en analyse som tok utgangspunkt i den visuelt mest dominerende modaliteten. Rent praktisk analyserte jeg først komposisjonen i artikkel 1, som er å finne under punkt 5.1, og på grunn av tekstutvalgets mer eller mindre like komposisjonsstruktur ble det gjort kortere analyser av artikkel 2, 3 og 4. De sistnevnte analysene ble da bygd videre på tolkningen fra den første artikkelen. Videre gjorde jeg en kort analyse av bildenes fysiske størrelser (punkt 5.2) for å kartlegge hvilke bilder som var de visuelt mest fremtredende. Deretter skrev jeg bilde- og fargeanalysene. I denne analysedelen ble tekstartiklene 1 og 2 undersøkt først, etterfulgt av videoartiklene 3 og 4 (punkt 5.3 Bilder og farger, og 5.4 Bilder, farger og musikk i videoartikler).

I kapittel 6 analyserte jeg tekst og språk. Under punkt 6.1 ble skrifttypen, altså tekstenes visuelle form analysert, etterfulgt av retoriske situasjoner (punkt 6.2), retoriske bevismidler og direktive språkhandlinger (punkt 6.3). Artiklene ble studert hver for seg som fire ulike caser, samtidig som de ble tolket i lys av hverandre, der artikkel 1 dannet grunnlaget for de neste. Denne tilnærmingen bidro til oversikt og struktur i oppgaven. I kapittel 7 oppsummerte jeg modalitetene og satt dem sammen til et helhetlig meningsuttrykk, slik at jeg kunne si noe om hvordan Treningsforum bygger idealer i den multimodale kommunikasjonen. Som en del av oppsummeringen, reflekterte jeg også over presupposisjoner, om tekstene hadde bred eller snever persuasio, samt hvorvidt retorikken lente seg mot latent eller manifest retorikk.

Analysekapitlene har en kronologisk rekkefølge, slik at analysene bygger på hverandre. I slik en kronologisk lesning kan analyseprosessen gjenskapes for leseren, på den måten at mottakeren av forskningsarbeidet kan følge min forståelse av samspillet mellom casene og modalitetene i studien.

### **4.3 Studiens validitet**

Etter en detaljert gjennomgang av materialet, det teoretiske rammeverket og metodologiske avveininger, er målet at studiens reliabilitet og kredibilitet er styrket. Dermed gjenstår validitetsspørsmålet. Det er vanskelig å kvalitetssikre kvalitative studier, og en mulig kritikk av slike studier er at de ofte kan bli subjektive (Postholm, 2005, s. 130). I multimodale analyser står jeg som forsker i fare for å ta utgangspunkt i mine egne tanker og refleksjoner. Jeg kan for eksempel se det jeg ønsker å se i materialet og dersom jeg ser et interessant funn tidlig i forskningen, kan jeg stå i fare for å lete etter liknende funn videre i forskningsprosessen (Silverman, 2014, s. 90).

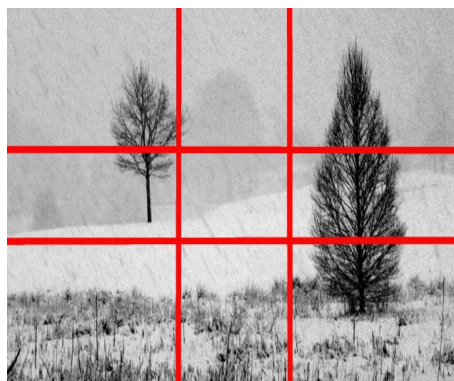
For å møte denne kritikken har jeg valgt å knytte analysene tett opp mot det teoretiske rammeverket, slik at analysene ikke tar utgangspunkt i mine egne synspunkter, men ut fra Kress og van Leeuwens teorier om multimodal kommunikasjon for meningsskaping i kapittel 5. I kapittel 6 knytter jeg tekstanalysene tett opp mot retoriske- og språkhandlingsteorier. Jeg rekonstruerer og forklarer hvordan jeg har kommet frem til ulike funn, slik at jeg sikrer etterprøvbarehet og at andre forskere kan forstå de fortolkningene som ligger til grunn for resultatene av forskningen (Hitching og Veum, 2015, s. 20).

# 5 Analyse - visuell og auditiv idealbygging

Analysekapitlene 5 og 6 utgjør oppgavens største kapitler. I dette kapitlet legges det vekt på hvordan Treningsforum kommuniserer gjennom visuelle og auditive modaliteter, samt hvordan de gjennom denne kommunikasjonen bygger ulike idealer for mottakeren. De ulike casene innad i Treningsforum har ulike egenskaper som alle er unike på hver sine måter. Av den grunn vil analysene være forskjellige og det tas hensyn til hvilke modaliteter det legges vekt på. I dette kapitlet velger jeg å presentere analysene i kronologisk rekkefølge, slik at den første artikkelen i tekstutvalget legger et forståelsesgrunnlag for de neste. På den måten vil også alle analysene bygge på hverandre i større eller mindre grad. Modalitetene i dette kapitlet analyseres hver for seg, før de settes sammen med funnene i kapittel 6 til en helhetlig forståelse i kapittel 7.

## 5.1 Komposisjon

Dagens tekster, enten det dreier seg om nettsider, reklameannonser, bøker osv., har alle bestemte komposisjoner av verbale og visuelle elementer (Hellum, 2013, s. 39). I denne analysen ser jeg på plasseringen av de ulike modalitetene. Hvor de er plassert er med på å tilegne modalitetene mening og har betydning for hvordan de oppfattes av mottakeren. Hvordan modalitetene er plassert i forhold til hverandre har også noe å si for hvordan budskapet blir mottatt i kommunikasjonen. Som figur 11 illustrerer kan en komposisjon være strukturert vertikalt, horisontalt eller som en kombinasjon av disse (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 188).

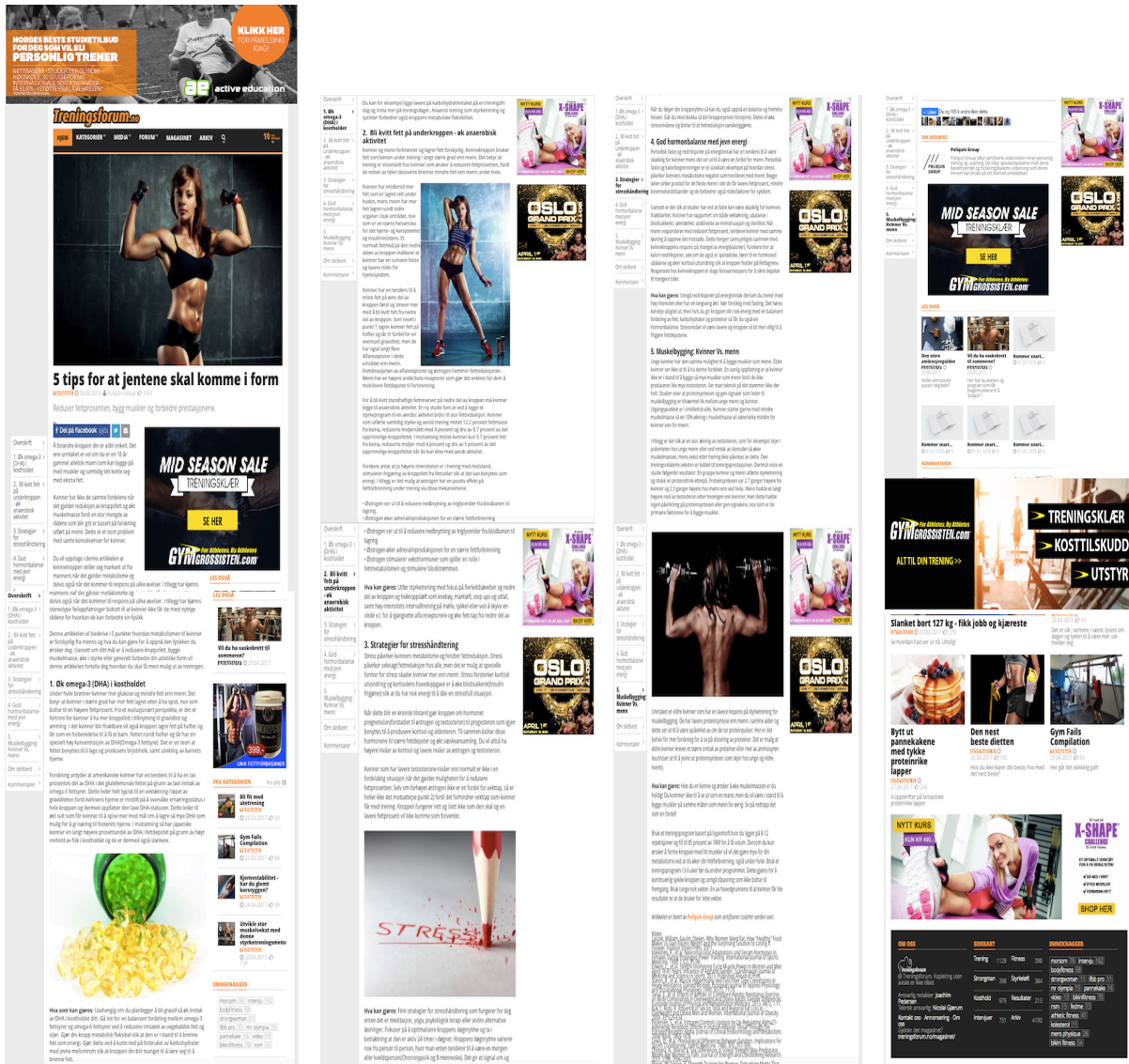


Figur 11: Et tilfeldig bilde der de røde linjene illustrerer vertikal og horisontal komposisjonsstruktur.

### 5.1.1 Komposisjonsstruktur på Treningsforum


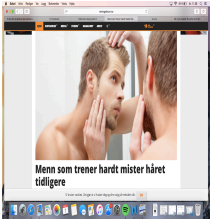
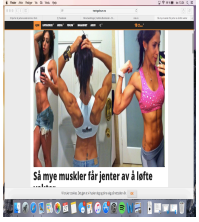
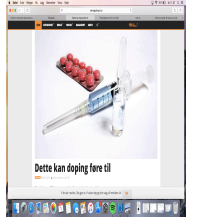
I nettmagasiner er ikke leseren nødt til å lese fra venstre til høyre, eller fra topp til bunn. Treningsforums artikler er gode eksempler på tekster som tillater flere mulige lesninger. En leser på Treningsforum kan enten velge å følge teksten fra start til slutt, eller lete seg frem til konkrete bilder eller overskrifter leseren finner interessante (Kress og van Leeuwen, 2006, s.

204). Leseren kan også velge å klikke seg inn på lenker, hypertexter, andre artikler eller gå inn på ulike reklamer. Treningsforums artikler har både vertikal og horisontal struktur, som figur 12 nedenfor illustrerer. Selve artiklene er strukturert vertikalt, der det befinner seg reklamer og hypertexter over og under, og til høyre og venstre på den horisontale akse.



Figur 12: Oversikt over komposisjon som er mer eller mindre lik i hele tekstutvalget. Oversikten tar utgangspunkt i artikkel 1 *5 tips for at jentene skal komme i form*.

Tabell 2 nedenunder illustrerer at denne komposisjonen er overførbart for alle artiklene i tekstutvalget. Tabellen viser de ulike modalitetene og deres plassering i komposisjonen.

	<b>Artikkel 1</b>	<b>Artikkel 2</b>	<b>Artikkel 3</b>	<b>Artikkel 4</b>
				
<b>Antall reklamer</b>	8stk Plassering: 1 over forsidebildet, 4 til høyre for artikkelen, 1 etter artikkelen, 2 etter kommentarfeltet	8stk Lik plassering	8stk Lik plassering	8stk Lik plassering
<b>Forsidebilde</b>	Ja Plassering: under første reklame	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Oversikt over artiklens oppbygging</b>	Ja Plassering: til venstre for artikkelen	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Over- og underoverskrift</b>	Ja Plassering: under forsidebildet	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Temalenker</b>	Nei	Ja Plassering: under underoverskriften og helt til slutt i artikkelen	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Lenk til å dele på Facebook, Twitter og via Mail</b>	Ja Plassering: under underoverskriften og etter kildene	Ja Plassering: under temalenkene	Ja Plassering: under temalenkene	Ja Plassering: under temalenkene
<b>Antall bilder knyttet til artiklene</b>	5	2	1	1
<b>Antall videoer knyttet til artiklene</b>	Ingen	Ingen	1	1
<b>Antall lenker til andre artikler på nettsiden</b>	16 Plassering: 5 til høyre for artikkelen, 6 rett under <i>om skribent</i> , 5 etter kommentarfeltet	19 Plassering: 8 til høyre for artikkelen, 6 under <i>om skribent</i> , 5 etter kommentarfeltet	19 Plassering: 4 til høyre for artikkelen, 4 under og til høyre for <i>om skribent</i> , 6 under <i>om skribent</i> , 5 etter	19 Lik plassering som artikkel 3

			kommentarfeltet	
<b>Kildehenvisning</b>	Ja	Ja	Nei	Nei
<b>Oversikt over "likes" på Facebook</b>	Ja Plassering: over om skribent	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Emneknagger</b>	Ja Plassering: 10 til høyre sammen med andre lenker til andre artikler, 15 til høyre i tekstboksen til slutt	Ja Like mange og lik plassering	Ja Like mange og lik plassering	Ja Like mange og lik plassering
<b>Kommentarfelt</b>	Ja Plassering: under om skribent	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering
<b>Tekstboks til slutt (om oss, sidekart og emneknagger)</b>	Ja Plassering: under siste reklame	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering	Ja Lik plassering

Tabell 2: Oversikt over artiklenes modaliteter og deres plasseringer i tekstutvalget.

Øverst på samtlige artikler finner vi en reklame som dekker hele den horisontale bredden. Disse reklamene strekker seg utover selve tekstboksen på begge sider. Reklamene er varierende, men er alltid relatert til trening eller kosthold. Alle reklamene inneholder både bilder og verbaltekst. Til venstre under reklamen finner vi grafiske elementer i form av lenker til Twitter, Facebook, YouTube og Instagram. I linjen under finner vi Treningsforums logo og seks navigasjonslenker (*Hjem, Kategorier, Media, Forum, Magasinet, Arkiv*), søk og et pop up-vindu med oversikt over de 10 nyeste artiklene. Denne oversikten befinner seg lengst til høyre.

Under navigasjonslenkene er artiklenes forsidebilder plassert. Disse bildene strekker seg over hele den horisontale aksene innenfor artiklenes bredde. Deretter kommer artiklenes overskrift, oversikt over hvilken kategori artiklene tilhører, dato, forfatter og antall delinger på Facebook. Under dette er underoverskriften plassert, eventuelle temalenker og lenk til å dele artiklene på Facebook, Twitter eller via mail. Til venstre finnes en oversikt over artiklenes oppbygging. Deretter finner vi selve brødteksten, med tilhørende bilder/videoer underveis. Bildene er plassert i mellom eller til høyre for verbalteksten, mens videoene i artikkel 3 og 4 er plassert til slutt. Antall bilder varierer fra artikkel til artikkel i forhold til hvor lange artiklene er. Reklamene har tre plasseringer; over forsidebildene, til høyre for

både verbalteksten og tilhørende bilder/videoer, samt under selve artiklene. Til høyre for verbalteksten finner vi lenker til andre artikler på Treningsforum og emneknagger.

Til slutt finner vi kilder/temalenker, lenk til dele på Facebook, Twitter eller via mail, oversikt over ”likes” på Facebook, litt om skribenten og verbaltekst til høyre for bildet. Under her er det plassert reklamer, lenker til andre artikler på nettsiden og kommentarfelt. Helt nederst finner vi en svart tekstboks med en oversikt over *om oss*, *sidekart* og *emneknagger*.

Vi kan se at tekstutvalget inneholder mange forskjellige elementer. Modalitetene i slike multimodale tekster er plassert ut fra hvilket meningspotensiale de har. De plasseres videre ut fra hvor viktige de er for meningen eller sammenhengen. Hvordan de er plassert i forhold til hverandre har innvirkning på hvordan mottakeren tolker kommunikasjonen (Bakken, 2014, s. 93). Modalitetene tillegges med andre ord en viss informasjonsverdi ut fra plasseringen og ut fra hvor viktige de ulike elementene er som meningsskapende ressurser (Hellum, 2013, s. 41). Informasjonsverdien kategoriseres som venstre eller høyre (kjent eller nytt), som ideelt eller reelt, samt sentralt midt på siden eller i periferien (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 179-204). I punkt 5.1.2 nedenunder ser jeg nærmere på nettopp informasjonsverdien i artiklene. Jeg velger å studere komposisjonen først med utgangspunkt i artikkel 1, for å forstå hvordan modalitetene er plassert og hvorfor er de står der de står.

### **5.1.2 Informasjonsverdi: topp – bunn, venstre – høyre, sentral – periferi**

Alle artiklene kan både leses vertikalt og horisontalt. I følge Kress og van Leeuwen (2006) vil man i en vertikal lesning søke etter det ideelle og det ekte, mens man i en horisontal lesning vil søke etter det gitte og det nye eller problematiske (s. 186). Den øverste delen i komposisjonen har en tendens til å markere en emosjonell appell i form av hva som kan være (*what might be*), og utgjør også den modaliteten som krever mest oppmerksomhet. I hele tekstutvalget utgjør forsidebildene med tilhørende over- og underoverskrifter det ideelle. Det ideelle representerer mottakernes antatte ambisjoner og ønsker, eller essensen av budskapet (s. 186). Reklamene som er plassert over forsidebildene er med på å forsterke budskapet i bildene og tekstene. Forsidebildene visualiserer et løfte om produktet (*the promise of the product*), som i dette tilfellet vil være en slags oppnåelse. Bildene viser hva man kan oppnå, eller hva man bør være bevisst på, ved å følge og lese rådene som verbalteksten under gir. Verbalteksten og bildene nedover på siden er mer informative og

praktiske, i form av hva som er (*what is*) (s. 186).

Sentral komposisjon har ofte et stort bilde i midten på siden. Slike bilder er ofte symbolske kjerner av ”problemet” eller av budskapet i teksten. De representerer sentrum for alle elementene rundt (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 195). For at noe skal kunne kalles sentrum må det være presentert som kjernen av informasjonen, der alle elementene rundt må være underdanige på en eller annen måte. De underdanige elementene kalles marginer og er plassert i periferien. De fungerer som de hjelpende og avhengige elementene, og er på en eller annen måte er avhengige av sentrum (s. 196).

### **5.1.3 Artikkel 1 - 5 tips for at jentene skal komme i form**

Verbalteksten og tilhørende bilder med overskriftene, *Øk omega-3 (DHA) i kostholdet*, *Bli kvitt fett på underkroppen – øk anaerobisk aktivitet*, *Strategier for stresshåndtering*, *God hormonbalanse med jevn energi* og *Muskelbygging: Kvinner Vs. menn*, representerer informative og praktiske/oppskriftsmessige råd for hvordan mottakeren kan oppnå det ideelle. Bildene underveis i teksten kan også leses som dokumentasjon, bevis eller praktiske konsekvenser av rådene som gis i verbalteksten (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 187). På nettsiden er de nyeste artiklene plassert til høyre og fremstilles som noe nytt, annerledes og/eller foranderlig. Alt som er plassert under underoverskriften fremstilles som ekte og reelt. Teksten og bildene bygger opp ideen om det ideelle (vertikalt) som skapes i over- og underoverskriften og i forsidebildet.

Det som videre utgjør sentrum i komposisjonen er selve artikkelen. Det er denne som er viktig på siden. Verbalteksten og bildene underbygger det ideelle ved å komme med ekte og reell informasjon. Oversikten til venstre samt de små annonsene til høyre for sentrum er plassert i periferien. Annonsene og oversikten er mindre i størrelse enn selve artikkelen, men er likevel avhengig av sentrum. Oversikten må ha noe å holde oversikt over og er dermed avhengig av artikkelen. Den er også plassert som noe gitt i komposisjonen og det er rimelig å anta at leseren forstår at oversikten tilhører artikkelen. På annonsene til høyre står det *les også og fra kategorien*. Disse hypertekstene er plassert som noe nytt, men er også avhengige av sentrum for å kunne overbevise leseren om at de burde lese noe i tillegg. Dermed får oversikten og annonsene, som er plassert i periferien, sin maksimale informasjonsverdi ved hjelp av sentrum.



Den første GymGrossisten-reklamen skyver teksten til venstre og er plassert som noe nytt og utfordrende for leseren. Teksten sier noe om at det er vanskelig å endre på kroppen sin og at kvinner og menn ikke har de samme forutsetningene. Reklamen fungerer på en måte som en fortsettelse av teksten ved at den kommer med en slags hjelp/løsning til problemene som presenteres i teksten. På reklamen ser vi et nærbilde av et håndtrykk mellom to personer. Mellom hendene er det en sky av hvitt pulver, kalk, som man ofte bruker under styrketrening for å få bedre grep. Det er da naturlig å tenke at bildet er tatt på trening, eller at det skal se slik ut, samt at de er motiverte. Over hendene står det *Mid season sale, treningsklær, se her* i blokkbokstaver. Hjelpen som reklamen presenterer er at kvinner må jobbe hardt og kjøpe produkter som kan gjøre endring av kroppen lettere. Det samme gjelder også hypertekstene til andre artikler, samt reklamene for unik fettforbrenner, x-shape-kurs og Oslo Grand Prix.

Bildet av omega-3 tablettene er et viktig bilde som skaper mye oppmerksomhet. Det er stort og er plassert midt i teksten og før den lille uthevede underoverskriften *Hva som kan gjøres*. Det introduseres først et problem, så bildet og til slutt en løsning. Problemet er knyttet til for lav prosent av omega-3 fettsyrer blant kvinner. Det er lettere for kvinner å holde seg slanke dersom de får i seg nok omega-3. Bildet skildrer noe vi antar er en omega-3 boks som er veltet mot leseren. Til slutt kommer løsningen om hva som kan gjøres, der det konkluderes med at kvinner bør øke inntaket av omega-3 og omega-6 fettsyrer, samtidig som de bør kutte ned på karbohydrater.

Plasseringen av problemet, bildet og løsningen presenteres i logisk rekkefølge. Bildet brukes på mange måter til å vise hvordan disse omega-3 fettsyrene kan se ut, slik at kvinner skal kunne vite hva de skal se etter i butikken. Fordi det gis informasjon om at disse fettsyrene er bra for fettforbrenningen, er det logisk at konklusjonen etter bildet poengterer at tablettene bør inntas. Man er ekstra mottakelig for rådene som gis etter man har studert bildet, dersom man godtar problemet. Rådene er lettere å følge når man vet hvordan tablettene ser ut, samt at det gjør rådene lettere å gjennomføre.

I kapittelet om stresshåndtering skapes det stress til høyre i selve bildet. Dette stressmomentet kan også være en illustrasjon av dårlig håndtering av stress. Deretter blir det presentert en løsning. Løsningen er trolig plassert etter bildet fordi den presenterer råd angående stresshåndtering, som bildet i stor grad gjenspeiler. Dette stresset kan man fort

føle på når man ser bildet og på den måten bli ekstra mottakelig for rådene som gis. Bildet er plassert som noe ekte og reelt, og skaper rom for refleksjon.

Videre ned på nettsiden finner vi et bilde av en dame som står med ryggen vendt mot leseren. Dette har også fått plasseringen som det ekte og reelle, som presenterer en praktisk konsekvens av trening. Teksten argumenterer for at særlige unge kvinner kan bygge muskler på lik linje som menn. Bildet viser en tilsynelatende ung kvinne med anlegg for å bygge muskler, og hun passer til beskrivelsen av teksten over bildet. Under bildet presenteres det et unntak for å bygge muskler like lett som unge kvinner og menn, nemlig eldre kvinner. Deretter kommer *Hva som kan gjøres* som en generell løsning for alle. Bildet presenterer noe man ønsker å oppnå, der løsningen under gir råd om hvordan.

Jenta som er plassert midt på siden, under kapittelet om anaerobisk aktivitet, tilhører artikkelens sentrum, og er med på å skape en viss symmetri i teksten. Dette bildet skyver verbalteksten til venstre, hvilket gjør at verbalteksten leses som det gitte, mens bildet presenteres som noe utfordrende. Plasseringen gjør at bildet oppleves som noe nytt i forhold til teksten, som er det gitte og etablerte. Dette bildet får etter Kress og van Leeuwens teori status som en del av selve *saken* i artikkelen (2006, s. 181). Bildet får også posisjonen som det ekte og det problematiske. Det problematiske og utfordrende er noe leserne ikke er enige i på forhånd. Teksten til venstre (det gitte) beskriver utfordringen kvinner står ovenfor angående fettreduksjon på nedre del av kroppen, mens bildet (det nye) presenterer en kvinne med det Treningsforum kaller ”normalt fettnivå”. Bildet setter en standard for hvordan ”normalt” ser ut og skaper dermed et problem i møtet med mottakeren, der mottakeren sannsynligvis vil sammenlikne seg selv med denne ”normale” kvinnen. Dessuten er kvinnen som representerer det ”normale” også avbildet som det ideelle i komposisjonen. Dette bidrar til å forsterke inntrykket av den ”ideelle” kroppen, samt at Treningsforum betrakter en ideell kropp som normal.

Videre kan bildet av kvinnen fungere som en bro (*mediator*) (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 198). Bildet danner en slags bro fra teksten til reklamene til høyre, som er plassert i periferien. Teksten til venstre sier noe om problemet angående fettforbrenning (det gitte), bildet i midten sier noe om at det fint går an å få den ideelle og normale kroppen (sentrum, men nytt i forhold i teksten), reklamene av treningstøy, kosttilskudd, tilbehør og x-shape-kurs er hjelpemidler og verktøy man kan trenge for å oppnå lavere fettprosent (nytt og

utenfor teksten).

Under selve artikkelen er det plassert to store reklamer for GymGrossisten. Dette er gjentakende reklamer som brukes hele tre ganger. De to siste presenteres som ekte og praktisk informasjon om hvor man kan/bør handle inn til treningen for å få maksimal utbytte. De er plassert midt på siden og tar stor plass. De er muligens plassert til slutt, sammen med enda en x-shape reklame, for å lettere bli akseptert av leseren. Gjentakende reklamer kan også skape og styrke troverdighet.

Hypertekstene, som er plassert til slutt, er større enn de langs høyresiden og krever dermed mer oppmerksomhet. De er store for å skape ekstra interesse for de nyeste sakene fra Treningsforum. Den siste x-shape reklamen reklamerer for akkurat det som promoteres i artikkelen, og ved at den kommer til slutt er den også kanskje lettere å akseptere. Det reklameres for å gå ned i vekt, bygge muskler og for å forbrenne fett. Reklamene Oslo Grand Prix og x-shape utfordrer teksten hele veien fra punkt 2. Fettforbrennerreklamen er plassert ved siden av punkt 1 om omega-3, som handler om å hjelpe kroppen til å brenne mer fett som energi. Denne reklamen er plassert som noe nytt, men utenfor teksten, og utfordrer leseren. Det skapes et problem i møtet mellom reklamen og mottakeren fordi leseren stiller spørsmålstegn ved sin egen kropp.

#### **5.1.4 Komposisjon generelt i tekstutvalget**

Artikkel 2, *Menn som trener hardt mister håret tidligere*, har tilsvarende komposisjon, men selve artikkelen er kortere i omfang. Forsidebildet markerer også her det ideelle, mens verbalteksten og det tilhørende bildet markerer det ekte og informative. I artikkel 3 og 4, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter* og *Dette kan doping føre til*, er komposisjonen lik, men artiklene er enda kortere og dokumenterer og informerer det ideelle med videoer i stedet for bilder.

I samtlige artikler er verbaltekstmodalitetene plassert til venstre og må etter Kress og van Leeuwens teori om komposisjon kunne anses som en etablert sannhet (2006, s. 180). Ved å plassere artikkeloversiktene og selve artikkeltekstene fra venstre til høyre tar avsenderen høyde for at leseren ikke har noe i mot det som står der. Isolert sett representerer ikke bildene, reklamene, lenker til andre artikler eller emneknaggene noe vanskelig å akseptere.

De fleste lesere ville for eksempel ikke hatt problemer med å godta et bilde av en vel trent kvinne eller av ulike reklamer, men det er *plasseringen* som gjør at bildene og reklamene får en problematisk posisjon. I utgangspunktet er reklamer, verbaltekst, bilder og lenker å anse som akseptert og godtatt av leseren hver for seg.

Som tidligere nevnt, er plasseringen av de ulike modalitetene med på å tilegne modalitetene mening. Komposisjonen er i seg selv en modalitet som gjør det mulig å skape meningsutveksling mellom modalitetene (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 177). Det er også derfor det skapes motstridende effekter, der verbalteksten presenteres som det gitte og bildene, reklamene og lenkene som det problematiske. Det er viktig å forstå at det er i samspillet mellom modalitetene i tekstutvalget reaksjonene skapes. Det er selve komposisjonen, måten artiklene er satt sammen på, som gjør at leseren oppfatter verbalteksten som sann og etablert og bildene, reklamene og lenkene som utfordrende. Det er også komposisjonen som gjør at forsidebildene oppleves som det ideelle og verbaltekstene med eventuelle bilder/videoer som det ekte og konkrete (s. 187).

## 5.2 Fysisk størrelse

I tillegg til den meningsbærende funksjonen i komposisjonen, er også modalitetenes fysiske størrelser med på å tillegge mening. For eksempel har store og små bilder ulike meningspotensialer (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 124). Anders Björkqvall forklarer i boken *Den visuella texten* (2016) at jo mer fremtredende et bilde er, jo viktigere er det. ”Att vara stor är att vara viktig” (s. 101). I artikkel 1 og 2 er alle bildene omtrent like store, men forsidebildene er de største i hele tekstutvalget. Disse bildene er viktige for hva man kan forvente seg av artiklene. Eksempelvis gis det råd til jenter om hvordan de kan komme i form i artikkel 1, noe forsidebildet representerer. I denne artikkelen er alle bildene forholdsvis store og representerer det de ulike kapitlene handler om. Kapitlet om omega-3 viser med et stort bilde hvordan disse kapslene ser ut, stressbildet representerer dårlig stresshåndtering, og bildene av kvinnene representerer kropper som er i ”form”, altså artikkelens kjernebuskap. På slike nettsider retter bildene seg mot den personlige opplevelsen til jeg-et, hvilket påvirker hvordan budskapet leses og tolkes av mottakeren (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 220). Bildene er store og krever ellers mye oppmerksomhet. Generelt er alle bildene og videoene innrammede og frigjorte fra teksten, slik at mottakeren kan velge lese- og kombinasjonsmåter, oppdage ulike

meningspotensialer og skape sin egen mening (Hellum, 2013, s. 46).

## **5.3 Bilder og farger i tekstartikler**

I analysene nedenfor studeres de visuelle elementene bilder og farger. Bildene analyseres med utgangspunkt i at de har meningspotensialer på to nivåer; som denotasjon og konnotasjon/assosiasjon. Bilder gir altså mening ut fra det vi ser og bak det vi ser (Hellum, 2013, s. 53). Bildene i hele tekstutvalget preges av fotografier, som avbilder og representerer ulike objekter i verden som finnes rent fysisk (Kjeldsen, 2015, s. 265). Farger gir ofte mening sammen med bilder og skaper en mengde konnotasjoner/assosiasjoner i den sammenhengen de brukes. Et bilde får et større meningspotensiale sammen med farger, fordi farger i seg selv er en meningsskapende ressurs som tillegger bilder ytterligere mening. Mørke og mettede farger har for eksempel et annet meningspotensial enn lyse farger, som er med på å skape helt forskjellige meningsuttrykk i et bilde (Hellum, 2013, s. 48).

I analysene nedenfor søker jeg etter hvordan det skapes mening i bilder og farger i tekstartiklene 1 og 2, samt hvordan bilder og farger hver for seg og sammen bygger idealer for mottakeren. Mer konkret undersøker jeg hvordan realiseringer av ulike visuelle relasjoner, vinkler og perspektiver, farger og kontraster er bærere av mening, og hvordan meningspotensialene bygger idealer. Analysene er kronologisk fremstilt, på den måten at de bygger på hverandre. I en slik kronologisk lesning kan jeg gjenskape analyseprosessen for leseren av studien, slik at mottakeren har mulighet til å følge min forståelse av forskningsarbeidet.

Med tanke på oppgavens omfang har jeg valgt å fokusere på bildene som tilhører artiklene, noe som medfører at reklamene ikke studeres nærmere i denne studien.

### **5.3.1 Artikkel 1**

I denne analysen studerer jeg artikkelens fem bilder. Analysen har en kronologisk rekkefølge, der jeg starter med det øverste bildet og jobber meg nedover i artikkelen.

#### **Forsidebildet og kvinnen i helfigur**

På forsidebildet og bildet av kvinnen i helfigur ser vi den samme veltrente kvinnen i to ulike positurer. På forsidebildet strammer hun musklene til kameraet, kun iført svart undertøy og

svarte hansker. Hun poserer foran en mørk og nokså slitt vegg. Bildet virker å være oppsatt og lite naturlig. Dette bildet er tatt fra halvdistanse, vi ser altså kvinnen fra livet og opp (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 124). På det andre bildet ser vi kvinnen i helfigur med en annen overdel og røde sko. Ved siden av henne er det plassert to røde vektmanualer. Dette bildet ser også oppstilt ut, men den åpne munnen, posituren og fargekombinasjonene gjør at kvinnen virker mer avslappet.



Figur 13: Forsidebildet i artikkel 1

I begge bildene etablerer kvinnen direkte kontakt med leseren ved å skape øyekontakt. Denne typen kontakt har to funksjoner. Det ene er at det skapes en form for direkte adressering. Leseren anerkjennes eksplisitt fordi bildet adresserer dem med et visuelt *du*. Det andre er at Treningsforum bruker bildet til å gjøre noe med leseren. Bildene *krever* med andre ord noe fra betrakteren. Treningsforum krever direkte kontakt mellom rollemodellen på bildene og leseren. Kvinnen ønsker å inkludere leseren i en eller annen visuell relasjon med henne (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 118). Denne relasjonen signaliseres av for eksempel ansiktsuttrykket hennes. Dersom kvinnen hadde smilt kunne hun skapt en tillitsrelasjon med leseren, men i stedet skapes det en helt annen form for relasjon. Ansiktsuttrykket er mer eller mindre uttrykksløst. Dette ansiktsuttrykket inviterer



Figur 14: Kvinnen i helfigur, artikkel 1

leseren til å relatere seg til kvinnen på samme måte som en mindreverdige relaterer seg til en overlegen person. Kvinnens ansikt kan leses som en forførelse som skaper beundring hos mottakeren. Leseren ser med andre ord opp til rollemodellen, som signaliserer selvtillit, målrettethet og god fysikk. Dette er egenskaper leseren ser opp til og ønsker å strebe etter. Kvinnen har altså rollen som den overlegne, mens leseren representerer den underlegne (s. 117-120).

Begge bildene er tatt fra en frontal vinkel. Denne vinkelen forteller oss at vi som lesere er en del av hennes verden, noe vi er involvert i. Frontal vinkel er den vinkelen som inviterer til høyest involvering og tilretteleggelse for handling. Kvinnens frontale vinkel forteller oss; det er slik man gjør det (*this is how you do it*) (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 145). Kvinnen markerer med sin sterke posisjon et ideal om at dette er slik man skal bruke kroppen sin, eller at dette er slik man skal gjøre det. På begge bildene er hodet hennes vendt ørlite nedover og vi kan se skyggen på halsen. Denne lille tvisten viser at hun har en viss makt over leseren. Denne tvisten kombinert med de kommunikative kravene får leseren posisjonen som underlegen; denne kvinnen har makt og hun krever handling (Björkvall, 2016, s. 52). Men forsidebildets frontale vinkel er ikke helt uproblematisk. I og med at kvinnens kropp er vendt halvveis fra oss og hodet vendt mot oss, er vi som lesere ikke fullstendig en del av hennes verden. Selv om kvinnen er en del av vår verden, legger Treningsforum likevel bildet frem som en gjenstand for objektiv refleksjon. Helfigurbildet er derimot et fullverdig frontalt bilde som i større grad inkluderer leseren inn i den samme sosiale verden (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 138).

Fordi bilder oppleves mer ekte når fargemetningen er mest mulig lik virkeligheten, oppleves disse bildene mer realistiske enn svart/hvitt bilder. Det trenger likevel ikke å bety at de har høy modalitet. Kvinnen er detaljert, men bakgrunnen av en slitt og mørk/blå vegg sier ingenting om hvilken situasjon bildene er tatt i. De ser begge unaturlig oppsatt ut. Kvinnen poserer foran to forskjellige vegger, som i prinsippet kan være hvor som helst. På begge bildene er lyskilden vendt mot henne fra høyre. Hensikten med denne belysningen er helt klart for å vise frem musklene og markeringene på best mulig måte. Bildene virker altså ikke å være ”her og nå”. Dersom bildene hadde vært tatt av en kvinne som trener på et treningsstudio med apparater i bakgrunnen, hadde modaliteten og sannhetsverdien i bildet vært større (Björkvall, 2016, s. 121-122). Det som tilsynelatende virker viktigst for Treningsforum er å vise markerte og synlige muskler, altså et kroppsideal de ønsker å formidle til leseren.

Når det gjelder farger har de mørke og lyse fargene, samt lyssettingene ulike meningspotensialer. På forsidebildet står kvinnen rettet mot lyskilden og veggen rett bak henne er lysere enn det rundt. Lyset legger seg som en slags sirkel rundt henne, mens veggen som ligger i skyggen er svært mørk og mett. Kvinnen står i bare undertøy midt i lyset omringet av mørket og skiller seg dermed ut i bildet. Lyset treffer henne der musklene

syns best og det er ingen tvil om at bildet spiller på kroppsidealene. Det at hun kun er iført svart undertøy med meget synlige muskler gjør henne også forførende og sexy. Det kan igjen assosieres med makt. Dessuten lyser hun opp i mørket og fremstår som sterk og målrettet. Lyset hun står i kan videre symbolisere hennes energi og livslyst (Hellum, 2013, s. 49-50). På en annen side kan også fargene og kontrastene påvirke ulike lesere til å føle det samme som utstråles i bildet. Fargene er nemlig med på å presentere verdier og holdninger som forhåpentligvis overføres til leseren (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 230). Skildringen av en sterk, veltrent og målrettet kvinne som skinner ut av mørket med overskriften, *5 tips for at jentene skal komme i form*, ønsker å motivere andre kvinner til å gjøre det samme. Hensikten med bildet kan synes å være et forsøkt på å overbevise andre kvinner om at man både kan bli muskuløs og lykkeligere av trening.

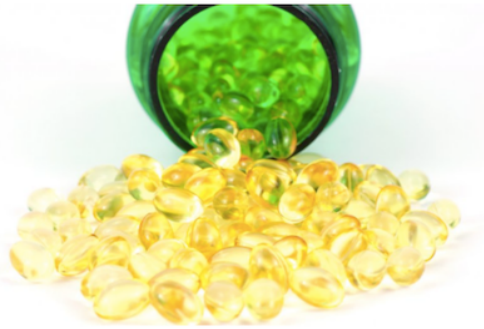
På det andre bildet fanges halve kroppen av lyset, mens resten havner i skyggen. På dette bildet kan vi også se beina hennes. I og med at den tilhørende teksten poengterer at kvinner ofte sliter med å kvitte seg med fett fra nedre del av kroppen, er det logisk at også bildet viser kvinnen i helfigur. Jeg har allerede nevnt at hun ser mer avslappet ut her og at perspektivet til en viss grad er annerledes. Forskjellen på fargene er også en vesentlig ulikhet i bildene. Det første bildet er mye mørkere og tøffere enn dette. På grunn av den lysere fargen på veggene mildner også kvinnen opp i bildet. I stedet for å bare uttrykke tøffhet og selvsikkerhet, uttrykker bildet i sin helhet også mildhet og lekenhet. Den blå bakgrunnen med det kraftige lyset fra høyre skaper en følelse av luft og energi. Hun står lett som en fjær i luften og lyses opp av energien. Denne energien smitter også forhåpentligvis over på leseren. Den lyse blåfargen får henne til å se lett og bekymringsløs ut. På en annen side er halve kroppen hennes plassert i skyggen. Dette kan signalisere en kontrast til det bekymringsløse og fortelle oss at denne kroppen ikke kommer gratis, men av hardt arbeid. Det kreves dedikasjon for å oppnå denne markerte kroppen. Det kreves også dedikasjon og fokus for å kjenne på en vedvarende følelse av velvære.

### **Bildet av omega-3 tabletter**

Under punkt 1, *Øk omega-3 (DHA) i kostholdet*, er det avbildet en veltet boks med omega-3 tabletter. Halvparten av tablettene ligger fortsatt inne i boksen, mens resten ligger utenfor. Boksen og tablettene er rettet direkte mot leseren og bildet får en slags 3D-effekt. Det føles som at tablettene kommer ut av bildet og i fanget på leseren. Den tilhørende teksten oppfordrer leseren til å øke *DHA* i kostholdet og bildet viser hvordan disse fettsyrene kan se



ut. Bildet fungerer altså som et tilbud til mottakeren. Bildet er trolig tatt med 3D-effekt for leseren, slik at det skapes en slags symmetri mellom måten Treningsforum som produsent og betrakteren relaterer seg til bildet (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 131). Artikkelen legger vekt på at omega-3 er viktig for vektredusering og bildet legger nærmest tablettene i hendene på



Figur 15: Bildet av omega-3 tabletter, artikkel 1

leseren. Ergo forholder både Treningsforum og den ønskede leseren seg til at dette produktet er et produkt som er bra og ideelt for kroppen å få i seg, nettopp fordi det er gunstig for fettreduksjon.

Det skapes kontraster mellom den hvite bakgrunnen og de sterke fargene grønn og gul. Teksten handler om at omega-3 er en viktig del av kostholdet og bruken av de sterke fargene er med på å forsterke dette inntrykket. Fargene skaper høy intensitet og krever mye oppmerksomhet. Den sterke grønnfargen skaper en følelse av sunnhet, mens den hvite bakgrunnen skaper renhet i bildet. Vi får en følelse av dette produktet er sunt. I likhet med de andre bildene har også dette en horisontal form, med et frontalt perspektiv. Dette perspektivet involverer leseren i bildet og legger til rette for handling. Bildet forteller oss at disse tablettene er noe man bør få i seg (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 145).

### **Stressbildet under *Strategier for stresshåndtering***

Det nest siste bildet i denne artikkelen er forbundet med stresshåndtering. Bildet er et horisontalt bilde med et lavt perspektiv. Fotografiet er av et ark med ordet *stress* i røde håndskrevne blokkbokstaver. Ordet er også ekstra markert med en understrek. Helt på slutten av denne streken knekker litt av blyanten og det røde blyet sprer seg utover arket. *Stress* er helt klart et viktig ord i denne delen av teksten og det kommer veldig til uttrykk i det tilhørende bildet. For det første er ordet skrevet i store bokstaver, for det andre er ordet understreket, for det tredje er det brukt



Figur 16: Stressbildet under *Strategier for stresshåndtering*, artikkel 1

en klar rødfarge som i denne settingen kan signalisere fare, og for det fjerde skapes det også stress i selve bildet. Stress er altså noe negativt og noe man bør styre unna. Dette bildet har et lavt perspektiv, trolig fordi stressfenomenet lett kan styre livene våre. Når vi ser opp på dette ordet gir vi det også en viss makt over oss. Dersom vi stresser for mye, vil ikke kroppen fungere som den skal. Kroppen vil altså ikke fungere ideelt fordi det hindrer kroppen i å forbrenne fett. Artikkelen fokuserer på at stress i stor grad hindrer kvinner i å forbrenne fett og at høyt stressnivå ikke er ønskelig av den grunn.

### **Ryggbildet under Muskelbygging: Kvinner Vs. menn**

Det siste bildet i denne artikkelen er et bilde av en markert kvinnerygg. Bildet er tatt fra hofta og opp, med frontal vinkel. I likhet med forsidebildet er hun omringet av mørket, men i dette bildet ser vi ikke hva som befinner seg foran henne.

Kvinnen står uten undertøy med lyskilden vendt direkte mot henne. Ved at det danner seg skygger på kroppen kan vi se de definerte musklene. De blir mer synlig på grunn av den sterke kontrasten

mellom henne og mørket. Hun skiller seg helt klart ut i bildet og det ingen tvil her heller, slik som på forsidebildet, at dette bildet er komponert slik for å kun vise frem muskler. Ved at hun står med ryggen til leseren inkluderes ikke leseren og det skapes heller ingen direkte kontakt. Holdningen hennes er uengasjert, ekskluderende og hun holder betrakteren utenfor hennes verden (Björkvall, 2016, s. 55). Dette, i tillegg til at hun er naken, er også med på å gjøre henne utilgjengelig, men forførende og beundringsverdige. Hun har oppnådd noe som andre ønsker å oppnå, og har på den måten en viss makt over leseren. Hun fremstår som overlegen. I likhet med forsidebildet lyser hun opp i mørket og fremstår som sterk og selvsikker. Lyset som kroppen hennes reflekterer kan symbolisere energi og livsglede. Bildet av en slik muskuløs og sterk kvinne som skinner i mørket kan fortelle andre kvinner at det er mulig. Bare man jobber hardt nok, vil man kunne klare å skinne. Det ideelle er å bli en bedre utgave av seg selv med definerte muskler og selvsikkerhet.



Figur 17: Ryggbildet under Muskelbygging: Kvinner Vs. menn, artikkel 1

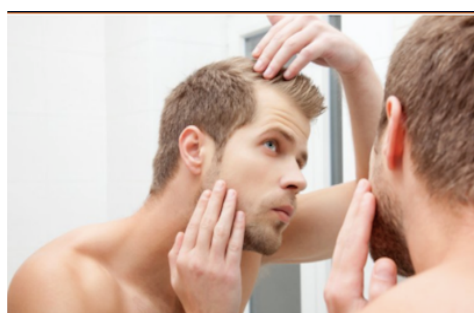
### **5.3.2 Artikkel 2**

Artikkel 2 er kortere og inneholder kun to bilder. I motsetning til artikkel 1 som henvender

seg til kvinner, er denne artikkelen mer rettet mot menn. Den handler om hårtap i forbindelse med hard trening og at de som er disponible for håravfall burde tenke over hva de får i seg av vitaminer og kosttilskudd. Begge bildene i artikkelen fokuserer på håret til to forskjellige menn. Mennene har nokså lik hårfarge og er avbildet med en hvit bakgrunn. Forsidebildet er størst av de to, noe det er på alle Treningsforums artikler. Dette bildet er et nærbilde der vi ser mannen fra skuldrene og opp. Han studerer håret sitt i speilet og unngår med dette øyekontakt med leseren. Fordi han ikke skaper øyekontakt med betrakteren og kun ser på seg selv, brukes dette bildet til å tilby leseren informasjon.

Mannen på forsidebildet skaper en følelse av at leseren ikke er en del av hans verden, eller hans problem. Han later som om han ikke blir observert og gir også leseren denne følelsen (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 120). Perspektivet i bildet er halvveis fra siden og halvveis nedenfra.

Sideperspektivet presenterer mannen som om han ikke er en del av vår sosiale sammenheng (Björkvall, 2016, s. 52). Begge perspektivene, samt retningen på øynene hans, leder leseren mot håret, nærmere bestemt mot vikene. Han ser bekymret på håret sitt og påvirker leseren til å flytte fokuset til håret. Han bekymrer seg over et eventuelt hårtap og viderefører også denne bekymringen til mottakeren.



Figur 18: Forsidebildet i artikkel 2

På det andre bildet har personen enda mindre hår enn han på det første. Mannen med mest hår er plassert som det ideelle i komposisjonen, mens mannen med minst hår er plassert som det reelle. Ut fra teksten kan vi tolke dette som; følger du ikke rådene som gis her, vil det gå negativt utover manken. Bildet av mannen med minst hår er et ultranært bilde som kun viser håret, hodebunnen og en hårkam. Bakgrunnen er



Figur 19: Bildet av mannen med minst hår, artikkel 2

hvit og håret blir dermed enda mer fremtredende. Perspektivet er ovenfra og vi ser ikke bare vikene, men hele toppen av hodet. Håret er tynt og vi kan se gjennom til hodebunnen. Dette bildet fungerer som et bevis for at hårtap faktisk skjer fordi fotografiet er ”avtrykk” av

virkeligheten (Kjeldsen, 2015, s. 269). Vi blir møtt med noe de fleste menn frykter og bildet fungerer på mange måter som skremsel, eller bevisstgjøring. Lyskilden er plassert litt til venstre for mannens hode og skaper kontraster. Håret på siden havner i skyggen og hårsekkene her ser tettere og fyldigere ut enn håret på toppen. Denne kontrasten, samt at lyset leder leseren til å fokusere på det tynne håret på toppen, bidrar til at vi forstår at det er selve hårtapet som er det sentrale i bildet. Det ideelle er utseendebasert med fokus på å bevare håret.

### **Oppsummering av artikkel 1 og 2**

Kvinnen i figur 13 og 14 er veltrent og muskuløs. Det skapes direkte kontakt mellom henne og mottakeren, på den måten at hun krever handling. I begge bildene er hun i en maktposisjon, der hun representerer den overlegne, mens mottakeren representerer den underlegne. Denne maktrelasjonen skapes hovedsakelig av kvinnens selvsikre og halv nakne positurer, samt de uttrykksløse ansiktsuttrykkene. Leseren ser dermed opp til kvinnen som utstråler selvtillit, målrettethet og god fysikk. Kvinnens sterke posisjoner markerer et kroppsideal om hva det innebærer å være i form. Kontrastene får frem de definerte musklene og det råder ingen tvil om at bildene bygger og spiller på kroppsidealene. Det ideelle er å være markert og ha lav fettprosent.

I omega-3 bildet legges tablettene nærmest i hendene på mottakeren. Fargene er sterke og bildet krever mye oppmerksomhet. Fargene bidrar til at tablettene oppfattes som sunne og rene, samt at perspektivet skaper engasjement og legger til rette for handling. Tablettene fremstår som sunne og noe man tydelig bør spise. I stressbildet skapes det stress i selve bildet. Perspektivet gir ordet *stress* makt, på den måten at stress lett kan styre livene våre. Den klare og sterke rødfargen, samt størrelsen på skriften, kan signalisere fare og assosieres med noe negativt. Vi forstår ut fra bildet, samt fra egne erfaringer, at stress er noe man bør kontrollere og unngå. Sammen med teksten forstår vi at stress er lite hensiktsmessig for fettreduksjon. Et ideal som skapes her er at man bør være i balanse, fordi det er gunstig for fettreduksjonen å ikke stresse.

I bildet av kvinnens muskuløse rygg er kontrastene svært fremtredende, der musklene kommer tydelig frem. Det skapes ingen direkte kontakt med mottakeren og kvinnen fremstår utilgjengelig og forførende. Videre er armene plassert ut til siden for å vise frem

musklene; hun har oppnådd noe som hun er tydelig stolt. Det er ingen tvil om at bildet bygger kroppsidealer som fokuserer på markerte og synlige muskler.

I artikkel 2 skapes det heller ingen direkte kontakt mellom den avbildede og mottakeren. Perspektivet og retningen på blikket til mannen (figur 18) leder leseren mot håret, og det bekymringsfulle blikket overføres til betrakteren. I figur 19 skapes det kontraster som gjør det tynne håret fremtredende og i fokus. Bildet fungerer nærmest som en bevisstgjøring angående hårtap hos menn. Ved at mannen med mest hår er plassert som det ideelle i komposisjonen, tolker mottakeren at det ideelle er å bevare håret. Det ideelle er også her utseendebasert.

## **5.4 Bilder, farger og musikk i videoartikler**

Her studeres bildene og fargene i videoartikkel 3 og 4 på samme måte som i analysene av tekstartikkel 1 og 2 over. En annen modalitet som gjør seg gjeldende i videoartiklene er musikk. Musikk kan sette oss inn i ulike sinnsstemninger og brukes ofte av avsendere til å manipulere ulike mottakere til handling (West, 2014, s. 411). Dette får ofte best effekt sammen med andre modaliteter som bilder og farger, fordi musikk, bilder og farger ofte blir hørt, sett og tolket samtidig av mottakeren (van Leeuwen, 1999, s. 77). Musikk skaper også sammenheng i filmene. Jeg velger derfor å analysere musikken i lys av bilder og farger. I denne delen av analysen ser jeg på hvordan musikk, i seg selv og sammen med bilder og farger, legger opp til handling og hvordan det kan motivere mottakeren til handling og/eller holdningsendring.

Analysene vil utspille seg kronologisk, der jeg starter med artikkel 3. I analysene undersøker jeg bildene og fargene i forsidebildene før jeg går videre inn på videoene. Hensikten med dette er å gjøre analysene oversiktlige, samt å avdekke og kartlegge idealer som skapes i bildene før mottakeren introduseres for videoene. Inntrykket leseren får av forsidebildene kan påvirke hvordan mottakeren leser og tolker meningspotensialene i filmene.

### **5.4.1 Artikkel 3**

#### **Forsidebildet**

Forsidebildet som tilhører artikkel 3, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*, presenterer en meget veltrent og muskuløs ung kvinne i tre ulike positurer. Bildet er et horisontalt bilde

med tre vertikale bilder satt sammen til ett. I alle de tre vertikale bildene skaper ikke kvinnen øyekontakt med leseren, deretter får leseren rollen som subjektet; kvinnen presenteres som et objekt for leserens gransking. Under en slik betraktning skapes det ingen direkte kontakt mellom kvinnen og leseren, og leseren får derfor rollen som en usynlig tilskuer. Bildet er et tilbudsbilde, som tilbyr mottakeren informasjon om objektet, altså kvinnen (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 119).

Bildet til venstre på forsidebildet er tatt fra halvdistanse, mens de to andre er tatt fra nær halvdistanse. Disse distansene gjør at leseren er plassert like utenfor kvinnens rekkevidde, men såpass nær at de kunne nådd hverandre med utstrakte armer. I slike bilder blir personlige interesser og involvering diskutert (Kress og van



Figur 20: Forsidebildet i artikkel 3

Leeuwen, 2006, s. 124). Bildene til venstre og høyre er tatt fra et sideperspektiv, mens det i midten er tatt bakfra. Dermed skapes det symmetri i bildet som helhet. På bildene med sideperspektiv presenteres kvinnen som om hun ikke tilhører leserens verden (Björkvall, 2016, s. 55). Kvinnen betrakter seg selv i kameraet på mobilen, mens mottakeren betrakter henne i lite klær med blikket festet på seg selv. På grunn av blikket, de selvsikre ansiktsuttrykkene og de meget utfordrende klesplaggene, er det naturlig for leseren å oppfatte kvinnen som selvopptatt med over middels høyt selvbilde. Hun hadde neppe latt seg fotografere halvnaken på halvdistanse dersom hun ikke hadde vært fornøyd med det hun viser fram – nemlig kroppen sin.

Bildet i midten, med bakfraperspektiv, antyder ekskludering og lite engasjement i betrakterens verden. Bildet inviterer oss til å betrakte henne og hennes sosiale sammenheng (Björkvall, 2016, s. 55). Alle tre bildene er tatt i en mer eller mindre frontal vinkel med side- og bakfraperspektiv. Blikket til kvinnen på det første og siste bildet leder oss til å betrakte kroppen hennes, hvilket medfører at kvinnen utøver en selvsikkerhetsmakt over leseren.

Videre skaper lyssettingen kontraster på kroppen, som gjør at musklene tydeliggjøres. Når deltakere gjør seg klare til å gå på scenen i kroppsbyggerkonkurranser blir de sprayet med brunkrem over hele kroppen, slik at kontrastene blir sterkere i møtet med lyset på scenen.

Det er også tilfellet i disse bildene. Ved at kvinnen er solbrun i alle tre bildene fremstår hun også som sunn. I det første bildet er det lår, mage og skuldre som er i fokus. I det andre bildet er det definitivt øvre rygg, mens i det tredje bildet er det mage og armer som er det sentrale. Til sammen er altså hele kroppen presentert i forsidebildet og det som presenteres er definerte muskler og lav fettprosent.

Forsidebildet er plassert som det ideelle i forhold til videoen i komposisjonen. Videoen er plassert som det reelle og tilbyr mer konkret og praktisk (*down-to-earth*) informasjon som leseren trenger for å oppnå det ideelle (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 187). Bruk av forsidebildet sammen overskriften, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*, tyder på at markerte kropper, som også bidrar til et godt selvbilde, er egenskaper Treningsforum verdsetter.

## Video

I videoen møter vi den samme kvinnen som er avbildet på forsidebildet. Handlingen i filmen utfolder seg på fire forskjellige steder; ute og inne på et treningsstudio, i stua hennes og til slutt på kjøkkenet der hun deler kostholdsråd, med særlig vekt på mellommåltider. Analysen tar utgangspunkt i disse stedene som handlingen utspiller seg.

De første tre minuttene av filmen trener hun langs veien, på en tribune og på et treningsstudio til sangen *Radio Active* (remix) av Soul Marathon. Sangen er rolig i starten, men tar seg opp når hun entrer studioet første gang. I sangens introduksjon som varer i ca. 25 sekunder filmes det nærbilder av vektmanualer og vektskiver. Deretter filmes kvinnen mens hun ser utover trafikken. Hun står stille og fokuserer på sitt mens andre stresser seg gjennom hverdagen. Hennes avslappende holdning, den rolige musikken og det beroligende sollyset skaper en slags sinnsro, samt en følelse av velbehag. Videre filmes hun i bare sportsundertøy i mørket der lyset treffer henne fra siden. På den måten får vi se tydelige muskelmarkeringer. Deretter ser vi henne gjøre seg klar til trening. Hun fremstår som målrettet og bestemt ved å sette opp håret.



Figur 21: Bildet er tatt ca. 17 sekunder ut i filmen. Hun er avslappet, lyset skaper sinnsro og musikken er rolig. Artikkel 3

Det blir en pause i musikken i det øyeblikket hun entrer treningsstudioet. Denne auditive pausen er brukt for å endre mottakerens fokus og for å bygge ytterligere oppmerksomhet. Når hun entrer treningsstudioet i en slik auditiv pause, skapes det en følelse i mottakeren om at han/hun også entrer en annen verden (West, 2014, s. 412). Det benyttes trommer og bass i musikken som signaliserer makt. Denne typen musikk, som ofte brukes i treningssammenhenger, har som formål å motivere til aktivitet (s. 413). Teksten har også en motiverende funksjon sammen med instrumentene. I refrenget synges det *welcome to the new age*, som på mange måter signaliserer at fitness er det nye og moderne, og at fremtiden ligger i våre hender. Instrumentene og teksten oppfordrer til handling og holdningsendring hos betrakteren.

Inne på treningsstudioet trener hun i undertøy, strømper og sko. Videre trener hun ute med treneren sin. Lyset skifter mellom mørkt og lyst gjennom hele den første delen av filmen. Filmens første del avsluttes med en fotoseanse, der hun poserer i undertøy og i treningsklær, før hun trener igjen. Kvinnen fremstår svært dedikert ved å trene variert til alle døgnets tider.

Bildene vi kan se av kvinnen er som regel helkroppsbilder, tatt fra en sosial distanse. Denne distansen skaper et upersonlig imaginært forhold til mottakeren, der mottakeren ikke inkluderes i hennes verden, han/hun bare betrakter den (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 125). Det skapes heller ikke øyekontakt med mottakeren og bildene er altså å regne som tilbudsbilder (s. 119). Kvinnen tilbyr mottakeren innsyn i hennes verden og sosiale liv, og henvender seg dermed indirekte til betrakteren. På grunn av den upersonlige distansen og lite involvering, skapes det en barriere mellom kvinnen i filmen og mottakeren. Det skapes en illusjon av at kvinnen ikke vet at hun blir betraktet (s. 120). Hun lever livet sitt som om mottakeren ikke skulle sett det, og fordi hun ikke henvender seg direkte til betrakteren, krever hun heller ingen handling. Filmens første del fungerer mer som en motivasjonsfilm som, sammen med musikken, retter fokus mot trening og motiverer til handling, men uten å kreve det. Her ser det ut til at Treningsforum forsøker å bygge indre motivasjon hos betrakteren.

Perspektivene i bildene er ofte en mellomting mellom rett forfra og rett bakfra. I filmens første del avbildes hun som regel fra siden og fra skrått hold. Disse perspektivene forteller, i samsvar med den upersonlige distansen og den indirekte henvendelsen til mottakeren, at hun



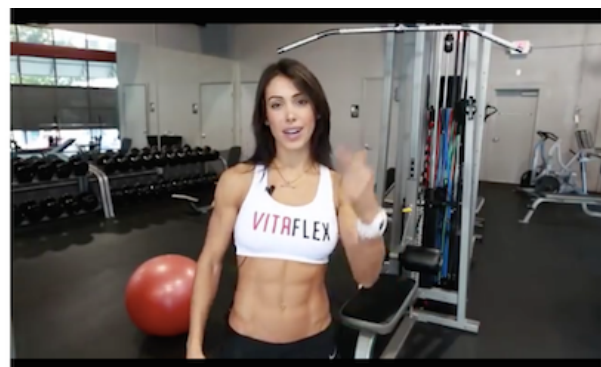
ikke er en del av vår verden. Hun er involvert i noe vi ikke er (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 136; Björkvall, 2016, s. 55).

Fargemetningen og lyskontraster fremstår mer eller mindre naturlige gjennom hele filmen, bortsett fra i filmens første del der hun trener inne på treningsstudioet. Lyskilden treffer henne i et mørkt rom, slik at magemusklene blir særlig fremtredende. Bildet virker tilgjort og oppstilt, og dermed ikke ekte. Bildene ellers har høy modalitet og fremstår som mer eller mindre direkte avtrykk av virkeligheten, og dermed også ekte og realistiske (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 269). Bildene ser ut til å være tatt ”her og nå”. Lyset i filmen skifter også mellom dag og natt gjentatte ganger. Hun trener til alle døgnets tider, som i tillegg til dedikasjon, kan symbolisere målrettethet og viljestyrke.



Figur 22: Inne på treningsstudioet. Magemusklene er særlig fremtredende. Artikkel 3

Etter ca. 3 minutter avsluttes musikken og filmens andre del begynner. Her skjer det en overgang fra motivasjonsvideo til instruksjonsvideo, der mottakeren i mye større grad involveres i handlingen. Komposisjonsmessig skjer det også en overgang fra det ideelle og abstrakte til det reelle og konkrete. Vi ser kvinnen fra hofta og opp og møter henne dermed fra en personlig distanse, en distanse som inviterer til engasjement og involvering (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 124). Bildets frontale vinkel forteller at den avbildede og mottakeren er den del av samme verden, noe *begge* er involvert i (s. 136). Vinkelen og distansen skaper et imaginært forhold mellom kvinnen og betrakteren, der kvinnen henvender seg til mottakeren som om de skulle vært bekjente (s. 126).



Figur 23: Instruksjonsvideo der mottakeren anerkjennes eksplisitt. Artikkel 3

I tillegg til det relasjonsskapende perspektivet i bildet, kreves det også handling hos mottakeren. Det opprettes øyekontakt som skaper en visuell form for direkte adressering.

Kvinnen på bildet anerkjenner betrakteren eksplisitt, der hun adresserer mottakeren med et visuelt *du*. Den direkte bildebehandlingen brukes videre til å kreve noe av betrakteren (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 117). Det kreves at mottakeren går inn i en slags imaginær relasjon med kvinnen. Hun smiler, peker på magen sin og vinker betrakteren ”inn i filmen”. Smilet oppleves inkluderende og krever at mottakeren inngår i samme sosiale tilhørighet. Hun peker på magen sin for å signalisere at det er magetrening som er i fokus, og vinker mottakeren inn for å invitere han/hun inn i hennes verden, en sosial kontekst hun ønsker at mottakeren skal være involvert i (s. 118).

Videre demonstrerer kvinnen, med typisk treningsmusikk i bakgrunnen, 19 ulike mageøvelser hun anbefaler. Her beveger distansen seg fra personlig til sosial; kvinnen filmes nå i helfigur. Hun henvender seg direkte til mottakeren når hun introduserer ulike øvelser, men fokuserer på seg selv og treningen når hun demonstrerer. Demonstrasjonsbildene fungerer som tilbudsbilder, der hun tilbyr betrakteren innsyn i hvordan hun trener magen. Her tar mottakeren et skritt tilbake og inntar rollen som en betraktende og beundrende tilskuer (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 120). Fokuset er hele tiden på magemusklene og kameraet beveger seg flere ganger inn på magen under øvelsene.

I tillegg til bildebevegelsene, bidrar også den energiske musikken til å sette mottakeren i rett modus. Denne typen musikk er en del av kulturkonteksten og brukes typisk i treningssammenhenger. Slike populære sanger har en viktig innvirkning på ulike mottakeres oppførsel og har en større positiv effekt i en overbevisningssituasjon (West, 2014, s. 412). Musikken har en marsj-liknende rytme og har som mål å motivere til aktivitet (s. 413). Den bidrar også til å jevnlig skjerpe oppmerksomheten ved at lyden dempes når kvinnen introduserer øvelsene. Mot slutten av sangen synges det *It's all up to you now* og *I want you to take over control*. Disse ytringene signaliserer at *du* har et valg, men at *du* bør ta kontroll over kroppen din. Musikken, tilbudsbildene og de direkte adresseringene legger helt klar opp til handling og holdningsendring hos mottakeren. Igjen viser markerte muskler, lav fettprosent, dedikasjon, målrettethet, viljestyrke og ikke minst motivasjon seg å være noe Treningsforum verdsetter.

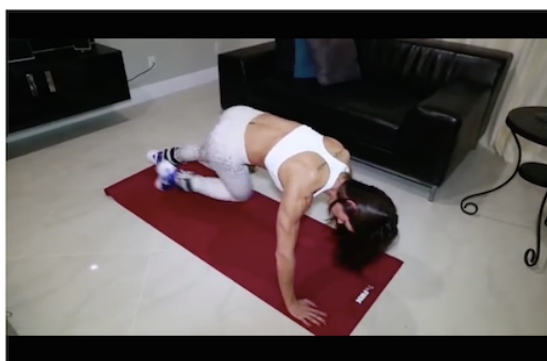
Etter ca. 6 minutter viser kvinnen hvordan mageøvelser kan gjøres hjemme. I denne sekvensen filmes hun i helfigur fra en skrå vinkel med fugleperspektiv. Vinkelen presenterer kvinnen som om hun ikke er den vel vår verden (Björkvall, 2016, s. 55). Dette er hennes

verden som hun tilbyr oss innsyn i. Demonstrasjonsbildene fungerer som tilbudsbilder, der hun tilbyr betrakteren innsyn i hvordan hun trener magen. Her tar mottakeren et skritt tilbake som en betraktende og beundrende tilskuer (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 120). Musikken motiverer og oppfordrer til handling, slik som i forrige sekvens.

Belysningen virker også naturlig og realistisk. Samtidig som mottakeren

betrakter kvinnen, bidrar fugleperspektivet

til at makten tillegges betrakteren (s. 140). Kvinnen oppleves som liten og ubetydelig i forhold til selve budskapet hun formidler. Her skjer det en overgang der mottakeren går fra å beundre kvinnen til å fokusere på selve saken; hvordan få markerte magemuskler.



Figur 24: Kvinnen tilbyr innsyn i hvordan hun trener magen hjemme. Artikkel 3

Etter demonstrasjonen filmes kvinnen forfra og det skapes øyekontakt med mottakeren. I denne sekvensen forteller hun at ”riktig” mat er vesentlig for å bygge markerte magemuskler. Her adresserer hun mottakeren eksplisitt og inviterer til relasjon (Björkvall, 2016, s. 54). Vinkelen er handlingsorientert og hun krever noe av mottakeren; ”dette er slik det skal gjøres og jeg krever handling” (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 118 & 145).

I filmens siste del møter vi kvinnen på kjøkkenet.

Magen er plassert i sentrum, som etter Kress og van Leeuwens komposisjonsteori, symboliserer kjernen i budskapet (2006, s. 196). Magen er sentrum og elementene rundt er avhengige av sentrum. Det er bygging av markerte magemuskler

som er kjernen i sekvensen, hvor maten som er plassert under henne representerer det reelle og

konkrete. Den ”riktige” maten symboliserer konkret informasjon om hvordan man kan få en slik mage, som er plassert som det ideelle i forhold til maten (s. 195). Hun forteller at mange spiser ”feil” mellommåltider, som er lite gunstig for lav fettprosent. Resten av filmen viser hun tilskueren hva som inneholder ”sunt fett” og hvordan man bør få i seg de ”riktige” næringsstoffene. Hun krever oppmerksomhet og handling av mottakeren ved å skape



Figur 25: Kvinnen presenterer de ”riktige” mellommåltidene. Artikkel 3

øyekontakt. Vinkelen er frontal der bildene er tatt fra en personlig distanse. Hun inviterer mottakeren til å engasjere seg og hun oppleves inkluderende.

### Oppsummering av artikkel 3

På forsidebildet møter mottakeren en kvinne med definerte muskler på hele overkroppen, som sammen med overskriften, skaper forventninger om hva videoen under handler om. Bildene skaper helt klart et kroppsideal om å ha markerte muskler. I filmen motiverer hun ved å trene til alle døgnets tider. Hun viser ekte dedikasjon og engasjement. Dette er noe hun tydelig brenner for. Musklene hennes er hele tiden i fokus og det skapes kontraster i fargene som gir denne tydelige muskeleffekten. Deretter går videoen over til mer ”*down to earth*” metode. Filmen fokuserer nå utelukkende på magemusklene. Hun er definert og har meget lav fettprosent. Mot slutten av filmen lærer hun tilskueren hvordan man kan oppnå dette resultatet selv, som om det er et ideal å være markert. På kjøkkenet er magen hennes plassert i sentrum og maten hun viser frem er mat som har høyt proteininnhold, lite fett, lite sukker og ”riktige” karbohydrater. I tillegg til konkrete øvelser, er maten hun viser frem det som i realiteten er det som er viktigst for å bygge muskler. Det som er gjennomgående i hele filmen er at trening, fitness og ”riktig” mat er det som står sentralt i livet. Det er et ideal at man er dedikert og motivert til å leve et slikt ”tvangspregt” liv, fordi det er hensiktsmessig å se bra ut.

### 5.4.2 Artikkel 4

#### Forsidebildet

Forsidebildet til artikkel 4, *Dette kan doping føre til*, er et bilde av dopingredskaper. I bildet ser vi en pakke med røde tabletter, en sprøyte med blåaktig innhold og en liten beholder med flytende blankt innhold. Dette er et horisontalt bilde hvor innholdet er plassert skrått. Perspektivet sier at disse redskapene ikke tilhører leserens sosiale sammenheng. Sammen med overskriften advarer



Figur 26: Forsidebildet i artikkel 4

bildet mot doping i stedet for å invitere til det. Dessuten er også bildet tatt i fugleperspektiv, som gir betrakteren makt over dopingutstyret som representeres (Björkvall, 2016, s. 52).

Tingene er lett gjenkjennelig fordi de representerer virkelige ting vi har sett før og kan identifisere. Det skapes også, i likhet med omega-3 bildet i artikkel 1, en kontrast mellom den hvite bakgrunnen og objektene på bildet. Kontrastene gjør at vi legger ekstra merke til de røde tablettene og det blåaktige innholdet i sprøyta. Rødfargen på tablettene er mettet og har et annet meningspotensial enn det blåaktige, som er en lysere farge. Den sterke rødfargen i denne konteksten kan gi assosiasjoner til noe farlig. Den lyse blåfargen oppleves mer forsiktig og mindre farlig. Denne fargen er ”lettere” og svevende, kanskje uttrykker den samme følelse man tror man får av doping. Fargene kan på en annen side virke forlokkene og fristende. Introduksjonsteksten til videoen handler om en mann som har misbrukt anabole steroider i 13 år. Pedersen (2013) forteller at mannen har brukt 450.000 kr på doping, men at den verste prisen han måtte betale ikke kan måles i kroner. Introduksjonen fremstår dermed som starten på en sterk historie der dopingmidler frarådes, et inntrykk fargene også er med på å forsterke.

## Video

I *Dette kan doping føre til* skapes det helt andre følelser og inntrykk enn i den forrige filmen. I stedet for tips og motivasjon for det man ”bør” gjøre, handler denne filmen om hva man *ikke* bør gjøre. Filmen introduseres med svart/hvitt bilder, der mannen befinner seg i en gang eller en korridor, kanskje på et sykehus. Han går med stakk og det hele filmes med tunge hjertebank i bakgrunnen. Perspektivet i denne åpningsscenen er nedenfra og opp, der kameraet følger mannen sakte fra føttene og opp mot hodet. I dette perspektivet tillegges mannen en imaginær makt overfor tilskueren (Björkvall, 2016, s. 52). Det er han som skal overbringe en historie til mottakeren. Dette er hans historie. De svart/hvite bildene oppleves dystre og fungerer som et frampek til hva som kommer. Mannen er omringet av lys, som skaper kontraster til det svarte rundt. Lyset kan symbolisere at han overlevde misbruket og at han fraråder denne livstruende atferden. De tunge hjertebankene i bakgrunnen skaper en seriøs og alvorlig stemning, hvilket skjerper mottakerens oppmerksomhet på det mannen har å si. I introduksjonen ser ikke mannen i kameraet, men ned og til siden. Han viser med dette at han og mottakeren ikke tilhører samme sosiale virkelighet, og at han skjemmes over de valgene han har tatt i livet (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 120). Han er i ferd med å tilby



Figur 27: Introduksjon til video, artikkel 4

mottakeren innsyn i sin verden av misbruk og hva det kan medføre, slik overskriften antyder.

Videre er filmen delt opp i temaer, eller undergrupper. Hjerteslagene brukes for å innlede hvert tema og underbygger viktigheten i alle temaene. Mørket rundt han viser en dysterhet over temaene og livet hans generelt. På en annen side er han alltid omringet av lys.

Denne teknikken kan minne litt om avhørsteknikker, som om han stilles for ansvar. Han er i en situasjon han erkjenner det han har gjort mot seg selv og andre. Denne lyssettingen hjelper mottakeren til å forstå alvoret i saken. Den hvite genseren kan symbolisere overgivelse og håp, mens det



Figur 28: Intervju av mannen, artikkel 4

mørke kan vise til de traumatiske opplevelsene han har vært gjennom. Lyskilden treffer han fra høyre, slik at venstresiden av ansiktet havner i skyggen. Dette kan symbolisere at han er i ferd med å komme seg ut av dette og akseptere det nye livet sitt som handikappet. Han involverer mottakeren i den frontale vinkelen og veksler mellom å se direkte på mottakeren og på intervjueren. Intervjueren sitter bare noen centimeter fra mottakeren. Den personlige distansen mannen filmes fra skaper en intimisering mellom han selv og betrakteren. Han krever oppmerksomhet og handlings – og holdningsendring. Han viser at dette er noe vi alle er den del av, dette er faktisk et problem i samfunnet. Han sier at mange vil bli større og større på grunn av ytre press og at mange lar seg friste av anabole steroider. Dette er noe han sterkt fraråder.

Temaet, *Fra muskelmann til funksjonshemmet*, innledes ved at mannen entrer et treningsrom. Lyssettingen har en meget dramatisk effekt, der det danner seg en lyskule rundt mannen mens alt annet er svart utenfor. Han filmes i små glimt mens han går med stokk mot tredemøllen. Han legger fra seg stokken mens de tunge hjertebankene hamrer i bakgrunnen. Det skapes en følelse av alvor og at livet står på spill. Når han er tilbake i intervjustolen, skjer det en forandring. Han forteller at han måtte tilbringe åtte år på et gjenopptreningscenter og blir emosjonell og begynner å gråte. Det var under dette oppholdet han forstod at det var for sent og at han hadde blitt funksjonshemmet for livet. Han holder hånden foran ansiktet og prøver å kvele gråten, og viser en tydelig fortvilelse. Mot slutten av

filmen er han tilbake på tredemøllen. Denne gangen uten stakk. I denne sekvensen filmes han fra siden. Denne vinkelen signaliserer at den situasjonen han er i ikke tilhører vår verden (Björkvall, 2016, s. 55). Dette er ikke et felles problem. Dette er hans kamp, og hans kamp alene. Tilbake igjen i intervjustolen virker han lettere til sinns. Han gråter ikke lenger og virker sterkere, men fortsatt preget.

#### **Oppsummering av artikkel 4**

På forsidebildet ser vi dopingutstyr, som sammen med overskriften, skaper forventninger til videoen. Mottakeren forstår at videoen handler om hva bruk av doping kan føre til. Filmen omhandler noe svært alvorlig og livstruende. Lyssettingene, kontrastene, hjertebankene og ansiktsuttrykkene er dramatiske virkemidler for å styrke budskapet i artikkelen. Det vi får se i filmen er hva som kan skje dersom man misbruker anabole steroider. Overskriften, *Dette kan doping føre til*, og filmen tilbyr innsyn i hva *dette* betyr. Doping kan i verste fall føre til død, noe både mannen i filmen og Treningsforum fraråder. Det skapes et ideal om å trene ”rent”, hvilket medfører å styre unna anabole steroider.

## 6 Tekst og språk

Artikkel 1 og 2 har forholdsvis lange brødtekster, mens i videoartikkel 3 og 4 presenteres det språklige muntlig. Disse muntlige tekstene vil analyseres på samme måte som brødtekstene, fordi muntlige ytringer kan være tekst på lik linje som skriftlige. Tekster er ytringer som skiller seg ut og får en spesiell verdi i kulturen (Berge, 2008, s. 35). Ytringer er meningsdannelser vi mennesker skaper på en eller annen måte, muntlig så vel som skriftlig. Vi kan også skape mening gjennom mimikk og kroppsspråk. Muntlige og skriftlige tekster er uttalte ord satt sammen til meningsfulle ytringer i en gitt kontekst. Jeg tolker muntlig språk i videoene som tekst fordi jeg forstår de som meningsfulle ytringer som en del av min kultur.

I dette kapitlet fokuseres det særlig på hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom retoriske og språklige virkemidler. Jeg ser på hvordan Treningsforum overbeviser leseren til å akseptere problemer som oppstår i møtet med de ulike tekstene, hvordan de overbeviser leseren om at de problemene som presenteres er ”riktige og viktige”, samt på hvilken måte de overbeviser leseren om at løsningene de presenterer er de ”riktige”. Jeg ser også på hvorvidt bruken av språkhandlinger legger opp til direkte handling hos mottakeren, hvilke handlinger det eventuelt er snakk om og hvorfor. Før jeg går videre til selve tekstanalysen, vil jeg først analysere tekstens visuelle form, altså skrifttypen, som i seg selv er en selvstendig meningsskapende modalitet i tekstutvalget.

### 6.1 Skrifttype

Skrifttyper har i aller høyeste grad et selvstendig meningsskapende potensial i denne treningskonteksten. Valg av skrifttyper forteller noe om Treningsforums identitet og kommunikasjon. Skrifttypene som er brukt er lik i hele tekstutvalget. Overskriftene er skrevet med fet skrift uten seriffer, altså føtter. Den fete skrifttypen får overskriftene til å fremstå som viktige og de signaliserer ideer og selvhevdelser (Hellum, 2013, s. 52).

Skrifttyper som mangler seriffer fremstår som moderne (Haanes, 2005, s. 38). Brødteksten i hele tekstutvalget er skrevet i samme skrifttype som overskriftene og kapitteloverskriftene. Dette gir hele tekstutvalget et moderne preg og en moderne typografi.



Selve brødtekstene er skrevet i mindre størrelse og skiller seg betydelig fra overskriftene. Denne størrelsesforskjellen gjør at brødtekstene virker mindre viktig og at de er skrevet for mennesker som er spesielt interesserte. De spesielt interesserte mottakerne vil da være de som lar seg lokke inn av de andre modalitetene i artiklene. Modaliteter som bilder, farger, overskriftenes størrelser og språk er med på å lokke lesere inn i brødteksten. Ofte er det slik at lesere ikke velger å lese hele verbalteksten, men heller velger å lese overskrifter og se på bilder (Holsanova, 2010, s. 39). På den måten er det viktig at overskriftene og bildene har en forlokkende effekt, slik at leseren også får lyst til å lese brødteksten. Artiklene prøver altså å lokke mottakeren til å *ville* lese brødtekstene ved å ha fete og moderne overskrifter, samt ved å bruke gjennomgående store bilder og videoer i hele tekstutvalget.

I tillegg til skrifttype og størrelse er også den designmessige utformingen vesentlig for lesningen. De store overskriftene uten seriffer gir oss et inntrykk av at artiklene tilhører en moderne tid. Temaene som tas opp er altså noe som angår oss og samfunnet *akkurat nå*. Denne effekten kan bidra til videre lesning av brødtekstene, nettopp fordi vi ofte fokuserer på det som angår oss *her og nå*. Strukturen kan også assosieres med aviser og magasiner, hvor det ofte er fete overskrifter over hver sak. Dette kan dra videre assosiasjoner til massemediens implisitte overtalelsesmakt. Treningsforum utøver en ekspertrolle som opplyser mottakeren om forhold som har med trening og kosthold å gjøre.

## 6.2 Den retoriske situasjonen

I retoriske ytringer er hensikten å legge opp til forandringer i verden. Man forsøker å skrive tekster for å endre lesernes tankemønstre, slik at de skal handle på en bestemt måte og endre faktiske forhold i verden. En retorisk situasjon er en situasjon der dette er mulig ved hjelp av språklig kommunikasjon. Slike situasjoner består av et påtrengende problem, et publikum og retoriske vilkår (Bakken, 2014, s. 61-62). *Det påtrengende problemet* beskrives som noe feil, eller noe som venter på å bli gjort. Man kan likevel stille spørsmålstegn vedrørende om det påtrengende problemet er et virkelig problem. Her vil jeg argumentere for at Treningsforum *skaper* problemer i tekstene ved å definere noe som problemer. De retoriske problemene er retoriske fordi de inviterer til handling og fordi Treningsforum potensielt kan modifisere dem ved hjelp av kommunikasjon. Gjennom retoriske midler skapes det problemer som oppstår i leserens møte med tekstene.

Når problemet løses, løses også den retoriske situasjonen. De som kan bidra til å løse problemet er det *retoriske publikum*. Publikum må videre ha en interesse for å løse problemet. Et faktisk forhold utløser ingen respons uten interesse. De *retoriske vilkårene* er de mulighetene og begrensningene som Treningsforum må forholde seg til, samt de rammene som de må jobbe innenfor (Kjeldsen, 2015, s. 82-86).

Den retoriske situasjonen er viktig å kartlegge fordi den gjør leseren oppmerksom på hvilken situasjon artiklene befinner seg i; hvilke påtrengende problemer som finnes i teksten, hvilket publikum som kan løse disse problemene, samt hvilke vilkår og omstendigheter som regulerer hva som kan gjøres (Bakken, 2014, s. 63). Slike situasjoner kan fortelle noe om hvilke idealer som finnes i tekstene - gjennom hvilke påtrengende problemer som presenteres og hvordan de kan eller bør løses.

Artikkel 1 inviterer jenter til å endre livsstil og komme i bedre form. Problemet er at *jentene* ikke er i god *nok* form. På samme måte vil det retoriske problemet i artikkel 2 være at menn som trener hardt mister håret tidligere enn andre menn. Denne situasjonen har et påtrengende problem som man ønsker å avverge. Treningsforum kommer med råd og tips for hva menn burde spise og ikke spise for å forhindre dette påtrengende problemet; hårtap. For at noe skal være et retorisk problem, må det også være en interesse knyttet til problemet (Kjeldsen, 2015, s. 82). At/hvordan man skal komme i form og Treningsforum sin interesse for kropp og helse utgjør til sammen det retoriske problemet. Det samme gjelder for hindring av hårtap og interessen for å beholde håret lengst mulig. I teksten til videoartikkel 3 står det; *Ikke vær redd for å ta i på trening, jenter!* Det er altså et påtrengende problem at jenter som ikke har muskler ikke løfter vekter. I videoartikkel 4 er det dopingmisbruk som er problemet. Disse faktiske forholdene, samt interessen om å bygge muskler og å hindre bruk av anabole steroider, utgjør til sammen de retoriske problemene i de retoriske situasjonene i artikkel 3 og 4.

For at dette skal kunne løses må leserne bestå av et publikum. For at man skal kunne løse problemene må mottakerne la seg påvirke av Treningsforum sin retorikk og på bakgrunn av det bidra til å skape forandring. Leserene må være interessert i det samme som Treningsforum. Et faktisk forhold (endre livsstil og komme i form) utløser ingen respons uten interesse (Kjeldsen, 2015, s. 82). Den retoriske situasjonen (å komme i form, hindre hårtap, bygge muskler og hindre bruk av doping) opphører når leserne tar til seg rådene og

faktisk utfører dem, slik at problemene blir løst eller forhindret. På den måten bidrar de til en forandring som en løsning på problemene. Videre er det nærliggende å tro at disse artiklene henvender seg til mennesker som er interesserte i kropp og helse. Målgruppen er derfor interesserte personer som lar seg påvirke av Treningsforum sin retorikk, fordi det er disse menneskene som kan skape forandring.

I artikkel 1 hadde det ideelle vært om alle jenter var i god form, for da hadde det ikke eksistert et påtrengende problem. Det ideelle i artikkel 2 hadde vært at menn som trener hardt ikke mister håret tidlig. Da hadde det heller ikke her oppstått et påtrengende problem. Det samme gjelder også for videoartiklene. Hadde ikke jenter fått muskler av å løfte vekter, eller det ikke hadde eksistert et behov for å bygge muskler, hadde det heller ikke vært nødvendig å lage denne videoartikkelen. Da hadde det ikke vært et problem som måtte løses. Videoartikkelen om doping er laget for å opplyse om hva doping kan medføre. Hadde ikke dette fenomenet vært et velkjent problem blant vektløftere, hadde det heller ikke vært nødvendig å lage en film om det.

Kjeldsen (2015) referer til Blitzers teori om retorisk situasjon, som sier at alle slike situasjoner krever et påtrengende problem, et publikum og retoriske vilkår (s. 80). De retoriske vilkårene er med på å sette en del begrensninger på nettsidene, men omfatter også noen gode muligheter. Vilråene er de rammene som Treningsforum må jobbe innenfor og som de må benytte for å endre situasjonen (Bakken, 2014, s. 98). De fag-tekniske vilråene styres av Treningsforum og bringes inn i situasjonen. Disse vilråene skapes i teksten gjennom avsenderens personlige karakter, emosjonelle appeller, rasjonelle bevismidler og stil (ethos, pathos og logos). De ikke-fagtekniske vilråene består av omstendigheter som Treningsforum i utgangspunktet ikke kan styre, men som de bare må forholde seg til (Kjeldsen, 2015, s. 87). Et eksempel på ikke-fagtekniske vilrå kan være hvem som leser og hvor tekstene leses.

Til tross for dette, har også situasjonen visse muligheter som Treningsforum kan utnytte til sin fordel. Det er naturlig å anta at lesere som leser disse artiklene aktivt har oppsøkt siden. For å komme inn på artiklene i tekstutvalget, må man enten navigere dit via andre sosiale medier, som for eksempel Facebook. For å kunne se hva Treningsforum deler her må man også følge de. Alternativt kan man også søke etter akkurat disse artiklene inne på Treningsforum.no, eller lete inne på siden til man finner noe interessant. Disse artiklene blir

altså mest sannsynlig lest av personer som har opplevd eller opplever at å ikke være i form, hårtap, manglende muskelmasse eller doping, er et påtrengende problem. Dette publikumet ønsker derfor å løse disse problemene. Fordi artiklene blir lest av mennesker som allerede er interesserte i temaene, trenger ikke Treningsforum å bruke sin begrensede plass på å overbevise leserne om at disse artiklene er verdt å lese. Leserene vil mest sannsynlig la seg lede videre nedover på siden fordi de allerede er interesserte i hva som står der. På den måten kan Treningsforum konsentrere seg om å overbevise leserne om at *informasjonen* og *rådene* som gis faktisk er verdt å ta innover seg.

## 6.3 Tekstenes overbevisende kraft

I retorikken blir alt som kan brukes til å overbevise en mottaker betegnet som bevismidler. Aristoteles skiller mellom to hovedkategorier for bevismidler; ikke-tekniske og tekniske. De ikke-tekniske bevismidlene er de omstendighetene som befinner seg utenfor teksten, som for eksempel forskningsbeviser. Slike bevis kan benyttes og henvises til for å styrke overbevisningen. Tekniske bevismidler er de bevisene som skapes i selve teksten (Aristoteles, 2015, s. 27). Disse kjenner vi som appellformene *ethos*, *pathos* og *logos* (Bakken, 2014, s. 37). Hvordan tekstutvalget spiller på disse bevismidlene kan ha noe å si for hvordan leseren opplever Treningsforum sin retorikk, og samtidig legge føringer for hva slags idealer artiklene fremsetter, samt hvordan de fremstår overfor leseren.

### 6.3.1 Ethos – avsenderens troverdige karakter

Avsenderen er en del av budskapet. For at leserne skal tro på saken, må de først tro på avsenderen. Det avgjørende er at avsenderen etablerer sin karakter gjennom selve teksten. Når man bygger *ethos* er det tre viktige egenskaper en avsender må ha for å skape tillit; forstandighet, dyd og velvilje. Når man viser *forstandighet* fremstår avsenderen som en kompetent person innen det området han/hun uttaler seg om. Denne personen må også virke til å ta gode avgjørelser (Bakken, 2014, s. 38). *Dyd* er evnen til å gjøre og bevare det som er godt, til ”å øve mange og store gode gjerninger av alle slag i enhver situasjon” (Andersen, 2012, s. 36). Når man viser *velvilje*, yter man en slags tjenestevillighet overfor dem som trenger det, ikke mot gjengjeld eller for å oppnå noe, men for mottakerens skyld. En person som gir inntrykk av å ha alle disse tre kvalitetene vil nødvendigvis virke troverdig, fordi andre forutsetninger ikke kreves (s. 36).

## Forstandighet

Som tidligere nevnt blir disse artiklene mest sannsynlig lest av personer som har opplevd, eller opplever at å ikke være i form, hårtap, manglende muskelmasse eller doping, er påtrengende problemer. Treningsforum gjør disse temaene viktige og skaper troverdighet gjennom skrivestil. De forsøker å overbevise leseren om at *informasjonen* og *rådene* som gis er verdt å følge, samt å vise leseren at de har kompetanse.

Artikkel 1, *5 tips for at jentene skal komme i form*, er skrevet av Poliquin Group (2014), som er en institusjon som tilbyr sertifiserte utdannelser innen coaching og personlig trening. Ved å få en ekspertkilde til å skrive artikkelen på nettsiden, prøver Treningsforum å overbevise leseren gjennom ethos først og fremst gjennom sin forstandighet. De spiller på kompetansen som skribenten besitter innenfor trening og helse blant jenter. I tillegg har Poliquin Group brukt en del ekspertkilder som styrker deres pålitelighet (se kildene til slutt i artikkelen). Hele syv steder i teksten refereres det til forskning eller studier som gir god informasjon og gode råd om inntak av omega-3 fettsyrer, fordeler ved anaerobisk aktivitet og høy intensitet på trening, fasting og proteinsyntese. All informasjon er gitt med tanke på vektøkning og vektreduksjon. Som en del av overbevisningen gjennom ekspertkunnskap, benytter også avsenderen en del fagord. Eksempler på slike ord er; *metabolisme, DHA, det glutefemorale fett, alfareseptorer, triglycerider, progesteron, aldosteron, chronotype, gen-signaler og leucin*. Slike faguttrykk styrker troverdigheten og påliteligheten til avsenderen som en ”ekspert”. Den saklige fremstillingen styrker avsenderens ethos, fordi avsenderen viser god kompetanse innen dette fagfeltet.

I artikkel 2, *Menn som trener hardt mister håret tidligere* (Skjøsberg, 2016), benyttes det samme ”eksperttaktikk” som i artikkel 1, men i motsetning til artikkel 1, er denne teksten skrevet av ei jente som er utdannet personlig trener og kostholdsveileder. Altså er den ikke skrevet av en organisasjon. Dette er med på å gi artikkelen autentisitet. Under *om skribent* beskrives avsenderen som aktiv og lidenskapelig opptatt av kosthold. Dette er også den personligheten som gjenspeiles i artikkelen. Hun legger frem en problemstilling vedrørende menn og hårtap, og fremlegger kostholdsråd til hvordan man selv kan bidra til å beholde håret lengst mulig. Tekstens innhold styrker oppfattelsen leseren får av skribenten i beskrivelsen, og hennes faktiske lidenskap kommer til sin rett ved å vise den i teksten. Hun virker å være seg selv og åpen med dem hun kommuniserer med.

I likhet med avsenderen i artikkel 1, prøver også avsenderen i artikkel 2 å overbevise leseren. Hun inntar, på samme måte som Poliquin Group, en ekspertrolle. Hun bruker ekspertkilder, henviser til forskning og benytter faguttrykk. I løpet av den forholdsvis korte teksten refereres det fem ganger til andre eksperter, forskning og leger, samt at det brukes fagord som *dihydrotestosteron (DHT)*, *metabolitt* og *lysin*. Ved at hun henviser til andre eksperter og benytter faguttrykk, styrker hun sin ethos gjennom å vise forstandighet. Hun viser altså at hun er kompetent.

Videoartiklene har samme skribent, nemlig Treningsforums redaktør. Det hevdes at han har over 15 års erfaring med trening og kosthold, samt lang fartstid innen fitnessbransjen. Dessuten brenner han for det han driver med. Ved at han poster videoer som kan relateres til trening og kosthold, noe han sier han brenner for, viser han overfor leseren at han faktisk *er* opptatt av dette. Han deler noe han selv er opptatt av og virker autentisk. Overskriften og underoverskriften i videoartikkel 3, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter. Ikke vær redd for å ta i på trening, jenter! Så mye muskler får du av å løfte vekter* (Pedersen, 2014), sier noe om at jenter ikke må være redde for å ta i på trening og at vektløfting, ut fra forsidebildet, resulterer i synlige muskler. Når han skriver i introduksjonen at det tar årevis med seriøs trening for å bli markert, viser han forstandighet. Dette er noe han synes å ha kompetanse innen og lang erfaring med. Han har også valgt å poste en video om Bella Falconi og går god for hennes metoder, både innen trening og kosthold.

Den eneste ”eksperten” det blir referert til i videoen er Bella Falconi. Det er hennes egne metoder og tips vi får se i videoen. Hun trener til alle døgnets tider, både ute og inne på et studio. Hun er meget veltrent, med stramme og synlige muskler. Etter hvert gir hun råd om hjemmetrening og kosthold. Når vi får vite i introduksjonsteksten at hun har 10 års erfaring med styrketrening, og i videoen ser hvordan hun ser ut og hva som må til for å se sånn ut, virker hun troverdig. For å få en slik kropp må man trene mye og spise ”riktig”. Hun virker å ha god kompetanse innen trening og kosthold, hun vet hvilke øvelser som gir de beste resultatene og hva kostholdet burde inneholde. Dette er også noe kroppen hennes er et bevis på.

I videoartikkel 4, *Dette kan doping føre til* (Pedersen, 2013), er ikke redaktørens forstandige karaktertrekk særlig fremtredende. Han henviser heller til en annen mann ved navn Ditlev Traasdahl Madsen, som gjennom sitt dopingmisbruk har tilegnet seg gode kunnskaper om

anabole steroider. Det er hovedpersonen selv om deler denne kunnskapen og som også tillegger artikkelen forstandighet gjennom kunnskaperfaring. Han fremstår som en ekspert på anabole steroider først og fremst fordi han selv har erfart flere aspekter ved bruken over flere år, som inkluderer positive følelser i startfasen, ulike konsekvenser som rammer livet på forskjellige måter og avhengighet.

## Dyd

Det legges ikke like stor vekt på avsenderens dyd som forstandighet i artikkel 1 (Poliquin Group, 2014) og 2 (Skjønsberg, 2016), men avsenderne støtter informasjonen og rådene som gis på forskning og studier, slik at mottakeren av artiklene ikke skal føle seg lurert eller villedet. De har også en referanseliste nederst på sidene, slik at innholdet blir etterprøvbart. I artikkel 1 viser avsenderen god moral ved å være ærlig og si at det har vært for lite forskning på jenters metabolisme og respons, som medfører at de har fått råd som egentlig er skreddersydd til gutter. Avsenderen viser eksplisitt ærlighet når det gjelder eldre kvinners proteinsyntese; *Her er det behov for mer forskning..*

Kvinnens dyd i videoartikkel 3 (Pedersen, 2014) er heller ikke spesielt fremtredende, men i en viss forstand kan bruk av klær fra Adidas, Nike og Vitaflex sies å vise dette. Disse merkene er også trolig noen av hennes sponsorer. Ved at hun bruker kjente og etablerte merker, oppleves filmen seriøs. Hun er ærlig et godt stykke ut i filmen og forteller at magemuskler blir til på kjøkkenet. Hadde hun ikke sagt dette, kunne man fint trodd at man får markerte magemuskler bare av å trene styrke. Hun støtter også mye av rådene om kosthold på sine egne erfaringer, og villeder dermed ikke mottakeren. Det kan diskuteres om så mye hud kan virke umoralsk/støtende, men på en annen side er hun nødt til å trene med så lite klær for å få vist frem musklene sine. Det er jo slanke og markerte muskler som er det ideelle, og da er det helt naturlig at hun viser mye hud.

I videoartikkel 4 (Pedersen, 2013) legges det mer vekt på dyd enn i noen av de andre artiklene i tekstutvalget. Redaktøren viser god moral i tekstlinjen under filmen; *Er du i mot anabole steroider? Lik og del denne artikkelen.* Ved at han ønsker at leseren skal dele en video som fraråder bruk av doping, viser han god moral, samtidig som han også gjør en god gjerning. Han viser dessuten god moral og respekt overfor Ditlev i denne setningen; *..har kostet ham 450.000 kr, men prisen han har måttet betale kan ikke måles i kroner og øre.* Han forteller med dette at liv og helse er verdt mye mer enn penger.

I selve filmen kan man se en tydelig preget mann fortelle om tiden før og etter misbruket. Han er ydmyk, angerfull og husker seg selv om et *egoistisk steroidmonster*. Selv om dette er tøft for han å snakke om, deler han likevel historien sin og viser med dette god moral overfor andre mennesker. Han gjør en god gjerning ved å være åpen og ærlig om både de gode og de dårlige følelsene knyttet til misbruket. Ved å fortelle om lammelser, aggressivitet, avhengighet, hjerneblødning, blodpropp og selvmordstanker bidrar han til å bevisstgjøre andre mennesker om dopingens baksider, og forhåpentligvis dempe de glorifiserte tankene enkelte har om steroider. Helt til slutt sier han; *Man velger selv sitt eget liv.. og jeg valgte feil*. Denne eksplisitte innrømmelsen viser god moral og fungerer som en tankevekker på tilhøreren.

### **Velvilje**

Avsenders velvilje er i aller høyeste grad tilstede gjennom hele tekstutvalget. I artikkel 1 (Poliquin Group, 2014) forteller Treningsforum jenter og kvinner om hvordan metabolismen er forskjellig fra menns, samt hva man kan gjøre for å oppnå en ønskelig fysikk. Fordi mange av rådene gis med utgangspunkt i forskning på menn, viser Treningsforum i denne artikkelen velvilje overfor jenter og kvinner. Artikkel 2 (Skjønsberg, 2016) handler om hvordan menn som trener hardt og mye kan miste håret tidligere enn andre menn. Det presiseres at det ofte er genetisk betinget, men at livsstilen også spiller en stor rolle. Avsenderen viser velvilje ved å opplyse menn om at kreatin kan påvirke hårtapet og at det er nødvendig at man får i seg viktige vitaminer og mineraler. Selv om hårtap ofte er arvelig, viser avsenderen at hun vil hjelpe menn til å hjelpe seg selv. Fordi hun fremstår som hjelpende og opplysende, og ikke minst autentisk, fremstår hun også som velvillig.

I tillegg er språket i begge artiklene veldig mottakerorientert. Pronomen som *du, din, ditt* og *deg* brukes hele 32 ganger i artikkel 1, og 12 av tekstens setninger er setninger som direkte oppfordrer leseren til å gjøre noe fysisk; *reduser fettprosenten, bygg muskler og forbedre prestasjonene, Gjør din kropp metabolsk fleksibel, Kutt ned forbruket av karbohydrater, Bruk tunge vekter* osv. I artikkel 2 brukes andreperson entallsformer kun fem ganger. Dette kan skyldes tekstens lengde i forhold til artikkel 1, som har betydelig lenger tekst. Særlig to av setningene oppfordrer leseren direkte til å gjøre noe fysisk; *Spis sunt, næringsrikt og balansert* og *Få i deg alle næringsstoffene*. Dette er også essensen i artikkelen; spis dette for å få et sunt hår.



Avsenderen viser også en god del velvilje i videoartikkel 3 (Pedersen, 2014). Videoen er først og fremst en motivasjonsfilm som motiverer jenter til å trene hardt og spise ”riktig”. Filmen motiverer jenter til å ha god tålmodighet, fordi en slank og markert kropp tar tid å bygge. I selve filmen viser Bella Falconi særlig velvilje når hun forteller hvor mange repetisjoner og sett det er lurt å ta, hvilke øvelser man kan gjøre for å styrke magemusklene både på treningsstudioet og hjemme, samt når hun viser frem og forklarer hva slags mellommåltider man bør spise for å få flat og markert mage. Hun viser med dette at hun ønsker tilhørerne det beste ved å dele egne erfaringer og råd. Redaktøren til Treningsforum, som har postet denne videoen og som har skrevet introduksjonsteksten, viser også velvilje. Han skriver at mange jenter tror de blir store og muskuløse av å løfte vekter, men at det nødvendigvis ikke er riktig. Videoen han har postet skal bidra til å motivere jenter til å ta i på trening og at man må trene hardt over flere år for å bli som Bella. Han ønsker heller ikke at jenter skal være utålmodige og tro at drømmekroppen blir til over natten. Han er ærlig og sier at det tar årevis med seriøs trening. Ved å gi informasjon og dele denne filmen viser han velvilje overfor leseren – han ønsker å motivere jenter til å oppnå noe han antar at de vil.

I likhet med artikkel 1 og 2, er også denne videoartikkelen meget mottakerorientert. I underoverskriften brukes andreperson entallspronomenet *du* én gang; *Så mye muskler får du av å løfte vekter*, og tre ganger i siste avsnitt. I selve filmen henvender Bella Falconi seg direkte til *du/dere* (”you”) og *din/deres* (”your”) hele 44 ganger. I motsetning til artikkel 1 og 2, inneholder ikke filmen like mange direkte oppfordringer som man kanskje skulle trodd med så mye bruk av *you* og *your*. I introduksjonsteksten finnes det bare én direkte oppfordring; *Ikke vær redd for å ta i på trening, jenter!* I filmen dukker det opp noen indirekte oppfordringer, men kun én oppfordrer direkte til handling; *Just get your stuff and go into your livingroom, turn on the tv or some music, and get your abs workout in* (’Gå til stua, skru på musikken og tren magen’). De mer indirekte oppfordringene kommer til uttrykk gjennom anbefalinger og forslag. Eksempler på slike kan være; *No excuses, abs can be done at home* og *Abs are made in the kitchen* (’Ingen unnskyldninger, magen kan trenes hjemme’ og ’Magemuskler blir til på kjøkkenet’). Her oppfordrer hun tilhørerne til å trene magen uansett hva slags unnskyldninger man har, og at man må spise rent og ”riktig” for å oppnå en markert mage. Disse oppfordringene gjenspeiler også filmens budskap; tren magen uansett hvor du er og ikke glem at kostholdet er det aller viktigste for flat mage og velfungerende kropp.

I videoartikkel 4 (Pedersen, 2013) viser Ditlev velvilje først og fremst bare ved å spille inn filmen så tydelig preget. Ved å fortelle om hvor galt det kan gå, hvordan han gikk fra å være lykkelig til suicidal, viser han overfor publikum at dette ikke er noe han anbefaler. Han ønsker altså det beste for andre mennesker, hvilket kommer tydeligst frem på slutten når han sier; *Man velger sitt eget liv.. og jeg valgte feil.* Det er naturlig å tolke dette som ”dere har et valg, men ikke gjør som meg”.

I motsetning til de andre artiklene i tekstutvalget er ikke denne filmen like mottakerorientert. Fordi filmen handler om hans egen historie, er det også naturlig at han prater mye om seg selv. Han sier forøvrig *man* en del ganger i løpet av hele filmen og relaterer seg med dette til andre i samme situasjon. Jeg la merke til at de stedene i filmen han henvender seg direkte til tilhøreren er når han snakker om følelser. Under temaene *kongefølelsen* og *avhengighet* bruker han andreperson entallspronomenet *du* og *deg* til sammen 17 ganger. Dette kommer jeg mer innpå under punkt 6.3.2 Pathos. Introduksjonsteksten er mottakerorientert i siste setning; *Er du i mot anabole steroider?* og tre av setningene oppfordrer leseren til handling; *Lik og del denne artikkelen, Se video av Ditlev som misbrukte anabole steroider* og *Se denne sterke videoen nedenfor.*

### **Konklusjon ethos**

Alle avsenderne gir inntrykk av å ha alle kvalitetene; forstandighet, dyd og velvilje, selv om det varierer hva de ulike artiklene legger mest vekt på. Siden alle karaktertrekkene er tilstede i hele tekstutvalget, virker artiklene troverdige (Andersen, 2012, s. 36). Ethos-appellen i tekstene er med på å idealisere visse aspekter ved liv og helse. Fordi avsenderne virker pålitelige, vil også de idealene som avsenderne fremsetter virke troverdige. Idealene som legges frem og som leseren tror at er viktige er å være i form, ha lite kroppsfett, øke muskelmassen, stresse lite, spise sunt og ”riktig”, gjøre tiltak for å beholde håret, få markert kropp, være dedikert og trene på redelig vis uten bruk av dopingpreparater. Nettsidene legger også direkte opp til handling hos leserne.

### **6.3.2 Pathos – appell til følelsene**

Overtalelse er et viktig aspekt i denne studien, fordi det har mye å si for om/hvordan leseren blir overtalt og påvirket til å lese og tolke tekstene på en bestemt måte. Det påvirker også hvordan man tolker avsendernes retorikk og hvilke idealer man oppfatter at avsenderne

setter. Vi har sett at ethos-appellen er nokså sterk i samtlige artikler og tekstene virker troverdige for leseren. Det er også viktig å se på hvordan avsenderne forholder seg til overtalelse gjennom bruk av følelser, nemlig pathos. For det første må avsenderne skape et visst følelsesmessig engasjement for å i det hele tatt klare å holde på mottakernes oppmerksomhet. For det andre påvirker følelsene våre hvordan vi vurderer forskjellige saker og situasjoner. For det tredje spiller følelser en viktig rolle ved å fungere som implisitte premisser for argumenter. For det fjerde, og kanskje viktigst i mitt studium, har følelser en viktig motiverende funksjon (Bakken, 2014, s. 45). I samtlige artikler henvender avsenderne seg direkte til leserne ved å oppfordre dem til å gjøre noe konkret og fysisk. Det ideelle er om mottakerne faktisk gjør det de blir oppfordret til å gjøre, og her blir følelsenes motiverende funksjon et vesentlig element i overtalelsen.

I artikkel 1 (Poliquin Group, 2014) prøver avsenderen å vekke følelser som lykke og tilfredshet hos leserne, noe forsidebildet er et godt eksempel på. Hun fremstår som sterk, målrettet og selvsikker, kvaliteter som smitter over på betrakteren. Forsidebildet og overskriften, *5 tips for at jentene skal komme i form*, har en forlokkende funksjon og motiverer til videre lesning. Ved at man følger rådene som gis, kan man selv oppleve følelsen man får av å se på forside- og kroppsbildene. Man kan selv bidra til at denne følelsen blir vedvarende. I tillegg henvendes det eksplisitt til *jenter* i overskriften, som i følge Aristoteles (i Bakken, 2014) oftere lar seg påvirke av følelser enn det mer modne og eldre mennesker gjør. Unge mennesker er mer mottakelig for å bli satt i en følelsesmessig affekt, og er også lettere å påvirke fordi de generelt er mer impulsive og ikke fullt så skeptiske som de eldre (s. 47). Teksten idealiserer det å være ung og retter seg også kanskje mot eldre kvinner som ønsker å identifisere seg som ”jente”. I vår vestlige kultur er det et ideal å være ung.

I tillegg til forlokkende tips og bilder, appellerer dydighet og velvilje til følelser hos leseren. Pronomenene *du, din, ditt* og *deg* gir en følelse av at vi er ivaretatt og sett. Når avsenderen er ærlig med leseren og skriver at for mye fokus på menn sin fysikk har ført til konsekvenser for kvinner, vekker det irritasjon hos kvinnelige lesere. Bruken av andreperson entallformer skaper en talesituasjon mellom deltakerne i språkhandlingen. Det skapes med andre en talesituasjon mellom Treningsforum og mottakeren, mellom et *jeg* og et *du*, fordi bruken av *du* alltid bringer taleren med i den kommunikative situasjonen (Benveniste, 1971, s. 223-230). En kvinnelig leser får en følelse at hun ikke har vært ivaretatt og sett tidligere, men at

hun blir det når artikkelen tar for seg kvinners interesser. Det kan være smart av avsenderen å åpne med et slikt utsagn i introduksjonsdelen, slik at leseren blir følelsesmessig engasjert. På en den måten er det også større sjanse for at resten av artikkelen får oppmerksomhet og man faktisk velger å lese den. Videre i teksten benytter avsenderen seg av skremselsteknikker ved å relatere høy fettprosent til hjerte- og karsykdommer. Stressbildet skaper også skremsel sammen med den tilhørende teksten. Kronisk stress bidrar nemlig til større fettdepoter og økt væskeansamling i kroppen, noe man lett kan forbinde med farlige sykdommer. I tillegg skapes det stress til høyre i selve bildet som appellerer til frykt, noe som krever leserens oppmerksomhet og refleksjon.

Det skapes også skremsel i artikkel 2 (Skjøsberg, 2016). Overskriften sier at *Menn som trener hardt mister håret tidligere*, noe de fleste menn helst vil unngå. Denne påstanden kan virke lokkende og motiverer leseren til å utforske artikkelen ytterligere. Etter hvert som man leser får man vite at det ofte er genetisk betinget og at livsstilen spiller en vesentlig rolle. Kostforslagene, enten det er å få seg i mindre kreatin og/eller spise sunnere, skaper en motiverende og inkluderende følelse. Ved at Treningsforum kommer med konkrete råd kan man selv gå aktivt inn for å hindre hårtap. Man kan med andre ord hjelpe seg selv til å få en vedvarende følelse av velvære. Skremslene som brukes, som for eksempel mangel på vitaminer, stress, søvn og kosttilskudd, fungerer som motivasjon til å endre livsstil. Her vil også de direkte andreperson entallsoppfordringene *Spis sunt, næringsrikt og balansert* og *Få i deg alle næringsstoffene*, samt pronomenene *du, din, ditt* og *deg* gi en følelse av at vi er ivaretatt og sett.

I videoartikkel 3 (Pedersen, 2013) spilles det særlig på mottakernes følelse av lykke og tilfredshet. Dette i likhet med artikkel 1. Kvinnen på forsidebildet, som også er hovedpersonen i videoen, ser svært selvsikker og fornøyd ut. Dette er følelser man selv ønsker å ha. Bildet og overskriften, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*, virker forlokkende på leseren og kan motivere til å studere artikkelen ytterligere. Ved at man følger rådene som gis og virkelig går inn for å oppnå en slik fysikk, kan man selv oppleve den tilfredsheten som bildet representerer. En annen likhet med artikkel 1 er at det henvendes eksplisitt til *jenter* i overskriften. Dette er en aldersgruppe som virker å være spesielt påvirkelige av følelsesappelleringer. Som tidligere nevnt kan også *jenter* appellere til eldre kvinnelige lesere, fordi eldre kvinner ofte ønsker å identifisere seg med yngre jenter.

I selve filmen ser vi en målrettet, dedikert og tilsynelatende tilfreds kvinne. Hun får øvelsene til å så lette ut og skaper forventninger om at dette er gjennomførbart. Vi kan se at hun føler mestring, noe som smitter over på publikum. Kvinnen smiler og hennes positivitet smitter også over på betrakteren. Musikken er energisk og det skapes gode følelser i filmen. Den energien som kvinnen utstråler er noe mottakeren blir motivert til å jobbe for. I filmen motiverer hun jenter til å trene hardt og dedikert slik at de skal kunne oppnå målene sine. På den måten kan andre jenter kjenne på samme mestringsfølelse som kvinnen i filmen.

En viktig del av motivasjonsbyggingen er at hun henvender seg direkte til et *du*. Som tidligere nevnt sier hun *you* og *your* hele 44 ganger og skaper dermed en direkte relasjon til betrakterne. Hun inviterer mottakerne inn i sin verden og gjør den også til deres. Hun er inkluderende og engasjert, og hennes velvilje og kunnskaper skaper også engasjement hos leserne. Kvinnen i filmen gir altså selv uttrykk for de følelsene hun ønsker at mottakerne skal fylles av. I starten av filmen sier ikke kvinnen noe, men er dypt konsentrert i treningen. Hennes konsentrasjon, lyssettingen, skildringene av naturen, treningsstudioet og generelt den situasjonen hun er i er med på å skape en rolig og harmonisk sinnsstemning. Hun presenterer dermed en situasjon for betrakteren som vekker disse følelsene (Bakken, 2014, s. 48).

I motsetning til videoartikkel 3, skapes det helt andre følelser i videoartikkel 4 (Pedersen, 2014). Vår vurdering av saken blir helt klart preget av situasjonen han er i. Mannen viser anger og sårbarhet, som medfører at vi føler sympati for han. De følelsene han selv kjenner på vekker også andre følelser i oss, nemlig redsel for å oppleve det samme selv. Her får filmen en motiverende funksjon i den forstand at hans gjerninger og erfaringer skremmer mottakeren fra å ville prøve anabole steroider. Vi motiveres til å trene ”rent” gjennom en tankevekkende historie. Hjerterytmen og stillheten mellom hjerteslagene får oss til å føle at livet står i fare. Hjertet banker tungt og vi føler oss kvalt av lyden, samt av seriositeten som uttrykkes i filmen. De gangene han snakker om hva han føler og har følt, henvender han seg direkte til betrakteren. Dette gjør at mottakeren lettere tar til seg følelsene som han selv har kjent på. Ved å dele sine egne såre erfaringer, opplever mottakeren medlidenhet overfor mannen. Denne følelsen kjennes ubehagelig fordi man ser noe vondt som rammer andre. Filmene appellerer i stor grad til mottakerens følelser og prøver med dette å overtale mottakeren til å holde seg unna dopingpreparater.

## **Konklusjon pathos**

Vi har nå sett på hvordan samtlige artikler appellerer til mottakernes følelser, samt hvordan følelsesappell påvirker mottakerne til å faktisk gjøre det som de blir oppfordret til å gjøre. Hele tekstutvalget inneholder direkte adresseringer som skaper en følelse av at man blir inkludert og sett. I artikkel 1 (Poliquin Group, 2014) appelleres det til lykke og tilfredshet, der overskriftene er lokkende og nysgjerrighetsskapende. Det henvendes til *jenter* som er mer mottakelige for å bli satt i en følelsesmessig affekt enn eldre mottakere. På en annen side appelleres det også til eldre kvinner som ønsker å identifisere seg med unge jenter. Det benyttes skremser om potensielt livstruende sykdommer for å motivere til trening og bevegelse. I artikkel 2 (Skjønsberg, 2016) lokkes leseren med en urovekkende overskrift, som motiverer til ytterligere undersøkelse. I tillegg motiverer artikkelen ved å inkludere leseren med råd, med direkte adresseringer og direkte oppfordringer. På den måten kan mottakeren føle seg ivaretatt og oppmuntres til å leve sunt for å ikke miste håret.

I artikkel 3 (Pedersen, 2014) henvendes det eksplisitt til jenter, som i artikkel 1. Det brukes også her direkte adresseringer. Kvinnen i filmen inkluderer mottakeren og virker selv engasjert, hvilket er en motiverende faktor. Hun uttrykker de følelsene som hun selv ønsker at skal smitte over på betrakteren. Andre følelser som filmen fremkaller er misunnelse, det ideelle er å leve som henne fordi det fører til gode følelser. Hun presenterer en situasjon som vekker disse bestemte følelsene hos mottakeren. Artikkel 4 (Pedersen, 2013) skiller seg litt ut fra resten av tekstutvalget. I stedet for glede, lykke og misunnelse, skapes det følelser som medlidenhet, sympati og redsel. Dette er ikke en verden vi ønsker å være en del av. Filmen bruker skremselsteknikker for å påvirke mottakeren til å holde seg unna anabole steroider.

### **6.3.3 Logos – å fremstille noe som sant eller sannsynlig**

Logosappell er viktig å kartlegge i denne studien fordi det handler om å overbevise mottakeren om at rådene som gis er verdt å følge. For at overbevisningen skal være mest mulig effektiv er argumentene nødt til å virke sanne eller sannsynlige. Logos er når avsenderen ”påviser eller ser ut til å påvise noe” og ”viser at noe er sant eller sannsynlig” (Andersen, 2012, s. 137). Argumenter og påstander, samt relasjonen mellom dem må fremstå som sannsynlige for å kunne ha overbevisende kraft (Bakken, 2014, s. 50). Hva det argumenteres for og på hvilken måte det gjøres, kan være med på å kartlegge hva Treningsforum ønsker at leseren skal gjøre, eller hva de ønsker at mottakeren skal strebe

etter. Her spiller logos en sentral rolle fordi mottakeren er nødt til å tro på argumentene for å la seg overbevise.

Når en mottaker lar seg overbevise av en tekst fordi han/hun oppfatter resonnementene som sanne eller sannsynlige, overbevises mottakeren gjennom den retoriske appellformen logos. Det er særlig to elementer som er viktig at oppfattes som sanne eller sannsynlige; beskrivelser og argumenter. Verden må beskrives som noe gjenkjennelig, noe mottakeren kan akseptere. Det vi sier må med andre ord stemme overens med mottakerens doxa (Bakken, 2014, s. 50). Mottakeren tror på argumentene når avsenderen påviser sannheten eller sannsynligheten gjennom overbevisende argumenter (Aristoteles, 2015, s. 28).

### **Artikkel 1**

Artikkel 1 (Poliquin Group, 2014) er preget av *anbefalende* argumentasjon. Tekstens hovedpåstand er at jenter bør komme i form ved å redusere fettprosenten, bygge muskler og forbedre prestasjonene sine. Argumentene som underbygger påstandene er først og fremst hentet fra *det hensiktsmessige*. Man bør blant annet ta omega-3 og kutte ned på karbohydrater jevnlig fordi det gjør kroppen metabolsk fleksibel, på den måten at man kan brenne fett som energi. Man bør også utføre intervalltrening og styrketrening med fokus på nedre halvdel av kroppen. Dette for å øke fettreduksjonen, ivareta en sunn helse og redusere risikoen for hjertesykdommer.

Videre, under *strategier for stresshåndtering*, fremmes det en påstand om at stress hindrer fettreduksjon, som er lite hensiktsmessig. Derfor bør man gjøre stresshåndteringsøvelser som for eksempel yoga, meditasjon, psykologisk terapi osv. Når det snakkes om stress, legges det ikke vekt på at stress er lite hensiktsmessig i seg selv, men at det *hindrer* fettreduksjon. Dermed blir lav fettprosent det som verdsettes høyest. Man bør også passe på at kroppen får i seg nok fett, karbohydrater og proteiner, slik at man kan opprettholde en fin hormonbalanse og lavere stressnivå. Til slutt anbefales kvinner til å trene tung styrketrening fordi styrketrening øker fettforbrenningen. Man bør også jevnlig bytte treningsprogram for å unngå tilpasning og øke fremgang.

Det argumenteres for at jenter bør prestere bedre på trening, bygge mer muskler og gå inn for en lavere fettprosent. Argumentene som underbygger dette er hensiktsmessige fordi argumenter som sunn helse, mindre stress, økt fettforbrenning og bedre prestasjoner er noe

mennesker generelt verdsetter og/eller streber etter. Disse slutningene kan alle klassifiseres som *enthymemer*, som karakteriseres som det sentrale overbevisningsmiddelet i argumentasjonen (Bakken, 2014, s. 102; Kjeldsen, 2015, s. 173). Teksten sier at et balansert kosthold bidrar til bedre helse og mindre stress, og konkluderer med at folk derfor bør velge et balansert kosthold. Dermed bygger teksten på et generelt prinsipp om at folk alltid bør velge dette. Slike enthymemer kan betraktes som retoriske bevis og utgjør selve kjernen i overtalelsen fordi de bygger på sannsynligheter og indikasjoner (Kjeldsen, 2015, s. 173). Slutningene på denne siden bygger imidlertid på studier, forskning og eksempler. Treningsforum kommer flere steder med påstander som underbygges av forskning på de ulike områdene, som både styrker logos og ethos. Videre skildres eksempler på lav fettprosent og tydelige muskler i bildene av kvinnene.

Bilder, forskning og studier som brukes til å underbygge argumentene spiller en sentral rolle i argumentasjonen. Det er avgjørende at publikum oppfatter dette som sant eller sannsynlig (Andersen, 2012, s. 139). Kvinnen på forsidebildet og i helfigur, samt ryggbildet ser oppstilt og manipulerte ut (jf. bildeanalyse under punkt 5.3.1). Dette gir et inntrykk av at kvinnen kan være innleid som fotomodell for anledningen, som svekker logos. Videre er det ikke sikkert at publikum vil akseptere de generelle påstandene for å komme i form, som bildene skal underbygge. Påstandene i teksten underbygges for det meste av forskning og studier, hvilket gjør at teksten virker troverdig og rådene sannsynlige. Bildene derimot oppleves mindre troverdige enn verbalteksten. På den måten ville mer naturlige bilder kunne bidratt til å styrke tekstens helhetlige logos, og dermed også tekstens overbevisende kraft.

Dersom argumentasjonen skal være overbevisende på publikum, må disse menneskene være enige i premissene om at man bør velge å følge råd som bidrar til lavere fettprosent, bedre helse og økt muskelmasse (Bakken, 2014, s. 104). Det som avgjør om et argument virker overbevisende er om det stemmer overens med mottakerens doxa (s. 54). Vi kan regne med at den jevne norske befolkningen er opptatt av helse og at de som ønsker å komme i form, altså tekstens primære publikum, vil verdsette disse metodene. Mottakere som opplever dette som et påtrengende problem, og dermed også har oppsøkt denne artikkelen, har sannsynligvis allerede forsøkt å komme i form eller har et ønske om det. Det er derfor grunn til å tro at den anbefalende argumentasjonen vil virke overbevisende på artikkelens publikum.



## Artikkel 2

Den dominerende argumentasjonstypen i artikkel 2 (Skjønsberg, 2016) er også anbefalinger. Det fremmes påstander om at trening, kosthold, stress og søvn påvirker hårveksten negativt. Videre fokuseres det på trening og kosthold, samt at en kombinasjon av trening og kreatin kan føre til hårtap, særlig hos de som disponible for det. Grunnen til det er at kreatin øker *DHT* i kroppen med over 60 %. Dersom man får for mye *DHT* i kroppen kan man miste håret tidligere. Derfor er det hensiktsmessig å kutte ut bruken av kreatin. Man bør også trene lett eller utføre yoga for å redusere risikoen for hårtap, fordi lett trening reduserer testosteronet i blodet som produserer *DHT*. Man bør også spise sunt for bevare hårmanken. Dermed argumenteres det både for et sunt kosthold og lett trening, særlig dersom man er disponibel for håravfall.

Videre sammenliknes sunt hår med sunn helse; *kostholdet spiller en utrolig viktig rolle for helsen din*. Man bør med dette spise sunt for å bedre hårkvaliteten og for å opprettholde en sunn livsstil, fordi sunn livsstil er sunt for helsen. Det som også er interessant er at artikkelens tema handler om hårtap og at sunn mat kan bidra til et sunt hår. Artikkelen handler ikke hovedsakelig om sunn helse, men appelleringen til sunn helse blir brukt som et argument som styrker tekstens overbevisende kraft. Man bør først og fremst spise sunt for utseendebaserte grunner, men det bidrar også til god helse. Utseendebaserte argumenter kan virke overflatiske, men det er nærliggende å tro at de fleste er opptatt av hvordan de ser ut. Når de utseendebaserte argumentene forsterkes av helsebaserte grunner, vil ikke argumentene lenger oppfattes som like overflatiske, og kan på den måten virke mer overbevisende. Vi kan regne med at de fleste er opptatt av utseende og sunn helse, og at de som ønsker å bevare hårmanken, samt opprettholde en sunn livsstil, vil sette pris på metodene som fremlegges i artikkelen.

Argumentene som underbygger dette er hentet fra det hensiktsmessige fordi utseende og sunn livsstil er noe mennesker generelt verdsetter. Disse slutningene kan også klassifiseres som enthymemer, slik som i artikkel 1. Når man sier at en viss type mat bidrar til et sunt hår, og konkluderer med at folk derfor bør velge å spise denne typen mat, mener man indirekte at folk *alltid* bør og vil velge dette (Bakken, 2014, s. 102). Den avbildede personen, med tynt hår midt på siden, skildrer hvordan man *ikke* ønsker å se ut, og spiller derfor en sentral rolle i argumentasjonen for hvorfor man bør følge råd som kan bidra til god hårvekst. Argumentene virker også sannsynlige og logiske fordi det refereres til forskning og leger.

Dette skaper troverdighet i teksten. For at argumentasjonen skal virke overbevisende er det viktig at publikum oppfatter slutningene som sannsynlige (Andersen, 2012, s. 139). I tillegg må leserne være enige i at utseende og god helse er viktig, og at man derfor *bør* velge å følge råd som kan bidra til dette positivt (Bakken, 2014, s. 104). Lesere som oppfatter dette som et påtrengende problem har trolig opplevd hårtap eller har et sterkt ønske om å ikke oppleve det. Det er derfor grunn til å tro at anbefalende argumentasjon, i likhet med artikkel 1, vil virke overbevisende på mottakerne av teksten.

### **Artikkel 3**

Videoartikkel 3 (Pedersen, 2014) handler om dedikasjon. Påstanden er at jenter får muskler av å løfte vekter, noe kvinnen i filmen er et levende bevis på. Hun snakker lite i de åtte første minuttene, men ca. tre minutter ut i filmen spør hun betrakteren *do you want abs like these? Come with me and I'll show you* ('vil du ha slike magemuskler? Følg meg, så skal jeg vise deg hvordan'). Videre viser hun hvordan man bør trene for både få og opprettholde markerte magemuskler. Det fremkommer derimot ingen eksplisitte argumenter for hvorfor man bør ha veltrent mage, men det er en underliggende forutsetning at det er noe mottakeren verdsetter, eller streber etter. Å ha synlige magemuskler er altså en anbefaling fordi det er hensiktsmessig for utseende.

Bildene har argumentative funksjoner, hvilket utgjør en viktig del av den retoriske overbevisningen (Kjeldsen, 2015, s. 272). I det øyeblikket en mottaker ser denne videoen, utsettes han/hun for en eksplosjon av inntrykk og meninger. Filmene består av en rekke fotografier som viser konkrete hendelser, men også symboler for generelle verdier (s. 286). I dette tilfellet kan det være verdien man tillegger et bra utseende. Filmene har også en logisk og sannsynlig rekkefølge. Før hun viser hvordan magen bør trenes, følger vi henne på trening og som fotomodell. Det er nærliggende å tro at man selv har trent en gang eller to, blitt tatt i bilde av i badetøy, eller at man har sett en veltrent person med markerte muskler ute eller inne på et treningsstudio. Tilskuerposisjonen er nemlig med på å gjenskape posisjoner vi allerede kjenner, og derfor gjenkalle vårt sosiale liv (s. 287). Vi kan med andre ord lettere relatere vårt eget liv til det som skjer i filmen, og vi reagerer på samme måte som vi ville gjort i virkeligheten. Vi kan føle misunnelse, la oss imponere osv.

Dersom mottakeren lar seg motivere av dette, er det også en naturlig respons å ville vite hva hun gjør for å se sånn ut. Bilder kan nemlig utløse omfattende rasjonelle eller argumentative

responser, som for eksempel resonnementer; ”hun virker vellykket, sånn jeg vil jeg også se ut, derfor vil jeg vite hva hun gjør” (Kjeldsen, 2015, s. 287). Overbevisningen skjer når mottakeren konstruerer sine egne argumenter, og når det skjer har han/hun satt i gang en selvoverbevisningsprosess (s. 288).

Videre kommer hun med en påstand om at markerte magemuskler blir til på kjøkkenet. Argumentene som underbygger dette er også hentet fra det hensiktsmessige. Man bør spise sunt og ”riktig” for utseende sin skyld. Dessuten er de ”riktige” mellommåltidene lette å finne og enkle å lage. Hun velger å fokusere på mellommåltider fordi det er her de fleste gjør ”feil”. Hun argumenterer dermed for at hurtigmat og mat som inneholder mye sukker er ”feil” å spise dersom man ønsker seg en stram mage, og leder heller publikum i retning av det ”riktige”. Dessuten sammenlikner hun mellommåltidene hun presenterer med strenge dietter, og på den måten råder hun mottakeren til å spise mat som forbrenner mest mulig fett. Igjen blir lav fettprosent og tydelige markerte muskler høyt verdsatt og idealisert av Treningsforum.

Mottakere som opplever dette som et påtrengende problem, samt deler Treningsforum sin oppfatning av hva som er den ”ideelle” magen, har sannsynligvis allerede forsøkt å trene/spise seg til en strammere midje. Det er derfor god grunn til å tro at anbefalende argumentasjon vil virke overbevisende på publikum.

#### **Artikkel 4**

Den siste videoartikkelen, *Dette kan doping føre til* (Pedersen, 2013), handler om hva misbruk av anabole steroider kan føre til. Videoen skildrer et skrekkeeksempel og er sterkt preget av *frarådende* argumentasjon. Han er ærlig og fremstår autentisk ved å vise ekte personlighet, anger og sårbarhet. Argumentasjonen har en naturlig og sannsynlig oppbygging; først forteller han om de gode følelsene steroider kan skape i kropp og sinn, før han tar oss videre med på å en mindre hyggelig reise. Argumentene som underbygger en fraråding om doping er først og fremst hentet fra det *uhensiktsmessige*. Man bør ikke misbruke steroider fordi det blant annet kan gi dårlig hukommelse, lammelser i kroppen, svekket taleevne, gangeproblemer, vanskeligheter nedentil, tidlig død, aggressivitet osv. Disse argumentene bygger på en antakelse om at man ønsker en god hukommelse, velfungerende kropp, god taleevne osv., fordi man ønsker en fysisk og psykisk sunn helse.

I tillegg til fysiske skader, som er mer eller mindre alvorlige, bringer også misbruk med seg omfattende psykiske plager. Man blir egoistisk og er i stor fare for å utvikle en selvsentret og tvangspregget personlighet. Han beskriver misbruket som en *sykelig trang* til å ville bli større (Madsen, i Pedersen, 2013). Jaget etter å ville bli større og større gir ingen god følelse, fordi det kommer til et punkt der man ikke lenger kan se utviklingen. Videre forteller han om de virkelige farlige konsekvensene; hjerneblødning og blodpropp. Dette er helt klart uhensiktsmessig fordi det kan føre til noe alvorlig og drastisk, nemlig død. Han valgte likevel å fortsette med misbruket til han ble lagt inn på et gjenopptreningscenter, fordi han levde i fornektelse. Å leve i fornektelse forhindrer at man ser hva som faktisk er årsaken til skadene man pådrar seg. Fornektelse er også en bakside som ofte er å se hos misbrukere generelt.

For at argumentasjonen skal virke overbevisende på publikum, er det vesentlig at han fremstår autentisk og at han fremlegger en historie som oppfattes som sann eller sannsynlig (Andersen, 2012, s. 139). Han fremstår som svært autentisk og ekte ved å vise følelser, som anger og sårbarhet. Han er i en sårbar situasjon i forhold til tilskueren. I autentisk ånd argumenterer han for at misbruk av anabole steroider er *uhensiktsmessig* av både fysiske og psykiske grunner. Fysisk og psykisk helse er på en annen side svært hensiktsmessig å ivareta, nettopp fordi det av åpenbare grunner er livsviktig. Dette entymemet sier at siden doping skader den fysiske og psykiske helsen, bør man ikke bruke anabole steroider, som igjen bygger på et generelt prinsipp om at folk derfor *aldri* bør velge å bruke dette (Bakken, 2014, s. 102). På den måten fremstår argumentasjonen som logisk og resonnementene er akseptable og lette å godta; misbruk av anabole steroider fører til fysiske og psykiske skader, ergo er dette noe man helst ønsker å unngå fordi det er lite hensiktsmessig.

Historien hans virker også meget sannsynlig, blant annet fordi han har en typisk kroppsbyggerkropp, han er bredskuldret og har bred nakke. Det virker dermed sannsynlig at han er i dette miljøet. Han forteller også om lammelser i bein, fingre og ansikt, hvilket han gjør synlig for tilskueren. I tillegg blir han svært emosjonell mot slutten av filmen når han snakker åpenhertig om selvmordstanker grunnet de funksjonshemningene han har pådratt seg. Følelsene han viser fremstår som ekte og dermed også sanne og sannsynlige.

Selv om historien virker sannsynlig er også publikum nødt til å være enige i premissene om at man bør velge å trene "rent", samt å styre unna dopingpreparater. Det er for at

argumentasjonen skal fungere overbevisende på mottakeren (Bakken, 2014, s. 104). Man kan ikke overbevise noen om noe dersom man ikke er enige om noen grunnprinsipper. Derfor tar argumentasjonen utgangspunkt i allmenne synspunkter man deler med dem man henvender seg til (Kjeldsen, 2015, s. 151). I dette tilfellet forsøker Treningsforum å overbevise andre om å holde seg unna anabole steroider, fordi det allmenne synspunktet er at fysisk og psykisk helse er viktigere enn størrelsen på musklene. Treningsforum og publikum må dermed ha felles doxa (Bakken, 2014, s. 104). Det kan også tenkes at ivrige og utålmodige treningsinteresserte er nysgjerrige på anabole steroider, nettopp fordi muskelveksten øker i voldsomt tempo, men at de likevel lar seg overbevise om å ikke bruke det fordi de i bunn og grunn deler avsenderens doxa. Det er derfor stor grunn til å tro at fraråding vil virke overbevisende på artikkelens lesere.

### **Konklusjon logos**

Tekstutvalget består av anbefalende og frarådende argumentasjon. Rådene som gis er:

- Jenter bør redusere fettprosenten, bygge muskler og få bedre prestasjoner. Dette skal gjøres ved å:
  - Ta omega-3 og jevnlig kutte ned på karbohydrater
  - Ikke stresse
  - Spise balansert, slik at man får i seg nok fett, karbohydrater og proteiner
  - Trene tung styrketrening for å øke fettforbrenningen
  - Regelmessig bytte treningsprogram for økt fremgang
  
- Forbedre eller opprettholde god hårvekst. For at menn, som er særlig disponible for håravfall, skal bevare håret lengst mulig bør de:
  - Kutte ut kreatin
  - Trene lett
  - Spise mat som er sunt for håret
  
- Få markerte magemuskler. Dette får man ved å:
  - Være dedikert, samt trene mye og variert
  - Spise ”ren og riktig” mat som gir lav fettprosent

- Ikke bruke anabole steroider.

Argumentene som underbygger rådene bygger på hensiktsmessighet. Rådene bør følges fordi det hensiktsmessige er noe mennesker generelt verdsetter og/eller streber etter.

Argumentene som fremlegges er:

- Jenter bør redusere fettprosenten, bygge muskler og få bedre prestasjoner *fordi* det er sunt for helsen, man blir slankere og det øker forbrenningen, hvilket påvirker utseende positivt. Man skal heller ikke stresse for mye *fordi* det hindrer fettreduksjon, som er lite hensiktsmessig.
- Menn bør gjøre det de kan for å beholde håret, *fordi* det er gunstig for utseende. Dessuten bidrar sunt kosthold til sunn helse.
- Jenter bør trene hardt og spise ”riktig” for å få markerte magemuskler, *fordi* det er gunstig for utseende.
- Man bør ikke bruke anabole steroider *fordi* det skader den fysiske og psykiske helsen.

Argumentasjonen i tekstutvalget virker logisk og sannsynlig fordi de bygger på eksempler, forskning, leger, studier og sunn fornuft. De forskningsbaserte opplysningene som gis styrker tekstenes ethos, og bidrar til at innholdet fremstår som sant eller sannsynlig.

Tekstutvalget baserer også argumentene sine på sunn fornuft. De tar altså utgangspunkt i mottakerens doxa og baserer seg på logiske slutninger (Aristoteles, 2015, s. 28). Det er for eksempel logisk at man får fremtredende magemuskler av å trene mye mage og spise ren mat, eller at bruk av dopingpreparater ødelegger indre organer. På den måten baserer Treningsforum argumentasjonen på felles og allmenne synspunkter om at helse og utseende er viktig (Kjeldsen, 2015, s. 151). Det primære publikum, som ønsker å komme i form, bevare håret, få markert mage, eller som er nysgjerrige/kritiske til anabole steroider, vil verdsette rådene som gis fordi rådene er hensiktsmessige for dem. Dermed er det sannsynlig at anbefalende og frarådende argumentasjon vil virke overbevisende på publikum.

Det som tilsynelatende svekker logos mest i tekstutvalget er særlig bildene i artikkel 1. Kvinnen på forsidebildet, helfigurbildet og ryggbildet ser manipulerte ut og oppleves dermed også lite sannsynlige. Av den grunn er det nærliggende å tenke at hun er innleid som

fotomodell, og at hun ikke har noen relasjon til verbalteksten. Det er på den måten ikke opplagt at publikum vil oppfatte argumentasjonen i verbalteksten som like sannsynlig, nettopp fordi bildene som skal underbygge argumentasjonen virker unaturlige.

I hele tekstutvalget argumenterer Treningsforum for ting man bør gjøre for utseendebaserte og helsemessige årsaker. Hva de argumenterer for og på hvilken måte bidrar i stor grad til å kartlegge hva *de selv* verdsetter og ser på som hensiktsmessig. På den måten forteller de også mottakeren hva han/hun bør ønske å strebe etter. Treningsforum ”skaper” dermed problemer med retoriske midler, problemer som mottakeren kanskje ikke har før han/hun møter tekstene. Treningsforum definerer noe som problemer som må løses, der problemene som skapes gjennom logosappellen er knyttet til utseende og helse. Problemene som presenteres og dermed også idealiseres er å ha lav fettprosent, markerte muskler, være dedikert, leve et sunt liv og spise ”riktig”.

## 7 Idealer i det multimodale samspillet

Analysene i kapittel 5 og 6 viser hvordan Treningsforum kommuniserer multimodalt og hvordan de ulike modalitetene hver for seg bygger idealer og skaper retoriske problemer. Tekstutvalget er tolket ut fra et semiotisk og retorisk perspektiv, der jeg har valgt å undersøke det meningspotensialet den multimodale kommunikasjonen har for en vilkårlig mottaker. Jeg har kartlagt hvordan nettsiden bruker visuelle, auditive og språklige strategier for å bygge idealer, samt hvordan de overbeviser mottakeren om hva som er det ideelle. Målet med dette kapittelet er å forstå og forklare den kommunikative *helheten* som skapes i samspillet mellom de meningsskapende ressursene jeg har analysert.

For at jeg skal kunne danne meg et helhetlig bilde av tekstutvalget, er det derfor viktig at jeg setter sammen modalitetene til ett meningsuttrykk, nettopp fordi modalitetene hver for seg kun uttrykker delvise meninger i en større sammenheng. På bakgrunn av dette ønsker jeg å undersøke hvordan modalitetene fungerer sammen og på den måten avdekke hvordan Treningsforum bygger idealer gjennom multimodal kommunikasjon, samt hvilke idealer det er snakk om. Dette kapittelet vil fungere som en oppsummering, der artiklene også vil bli diskutert i lys av presupposisjoner, persuasio og retorisk gradering. Her ser jeg på hvilke underforståtte forutsetninger, eller selvfølgelig tanker som ligger bak handlingene, hvorvidt Treningsforum aktivt går inn for å overbevise mottakeren, og om retorikken lener seg mot latent eller manifest retorikk, for å se om artiklene appellerer til umiddelbar handling og/eller holdningsendring hos mottakeren. Gjennomgangen vil ha en kronologisk rekkefølge, der jeg starter med artikkel 1. Avslutningsvis i kapittelet fremlegger jeg konklusjonen.

### **Artikkel 1, 5 tips for at jentene skal komme i form**

Som det fremgår i analysekapitlene 5 og 6 er både tekst og bilder med på å bygge opp ideen om det ideelle som skapes i forsidebildet og over- og underoverskriften. Bildene har en sentral plass i komposisjonen og er viktige for budskapet. Kvinnen på forsidebildet er som nevnt mest sannsynlig en innleid fotomodell, en ekspert som henvender seg direkte til mottakeren og krever handling. Vinkelen og kvinnens kjølige ansiktsuttrykk bidrar til at mottakeren ser opp til hennes utstrålte selvillit og målrettethet, samt gode fysikk. Følelser som tilfredshet, målrettethet, selvsikkerhet og viljestyrke skapes i bildet, og de fremtredende



musklene formidler et ideal om å ha markerte muskler og lav fettprosent. I motsetning til forsidebildet skaper det andre bildet av kvinnen en følelse av lekenhet og tilfredshet. Fargene, distansen og lyset gjør bildet mildere og kan sies å formidle et ideal om å være lett og bekymringsløs.

I omega-3 bildets 3D-effekt får vi en følelse av at tablettene legges i hendene våre. Sammen med tilhørende tekst forstår vi at vi bør spise disse og at det er ideelt for fettforbrenningen. Vinkelen, fargene og størrelsen på bildet krever oppmerksomhet og oppfordrer til handling. Videre tillegges stressbildet en viss makt over leseren gjennom å påvise at stress lett kan styre og påvirke hverdagen negativt. Sammen med teksten gir bildet mening; stress er noe man bør unngå fordi det hemmer fettreduksjonen. Det er altså ideelt å leve et balansert liv slik at kroppen kan brenne mest mulig fett. I det siste bildet i artikkelen skapes det kontraster som tydeliggjør kvinnens ryggmuskler, som igjen underbygger idealet om en markert kropp.

Vi ser ut fra bildene at teksten handler om trening rettet mot jenter, kvinner som ønsker å identifisere seg med unge jenter, streben etter definerte muskler og lav fettprosent. Skrifttypen gjør temaet dagsaktuelt og artikkelens tittel presupponerer at jenter ønsker å komme i form, at de kanskje ikke er i den formen de ønsker og/eller at de ønsker å få råd. Jenter vil ikke komme til å lese denne artikkelen dersom disse presupposisjonene ikke godtas av dem (Hågvar, 2011, s. 94). Bildene av kvinnene presupponerer også at jenter ønsker å komme i form. Kvinnelige mottakere vil kanskje ikke godta teksten før de godtar dette. Når mottakerne studerer bildene, kan de stå i fare for å sammenlikne seg selv med fotomodellene, og i møtet med bildene innse at de ikke er i form.

Hva vi velger å underforstå er derfor viktige signaler om hva vi tar for gitt innen den aktuelle diskursen. Dersom det ikke tas eksplisitt forbehold om at rådene i artikkelen *kan* være feilaktige eller ikke fungerende på enkelte, tvinges leseren indirekte til å akseptere at rådene og fakta som gis er riktige. Teksten åpner da ikke for diskusjon om dette spørsmålet, det er et gitt premiss innenfor tekstens eget univers (Hågvar, 2011, s. 94). Overskriftene, *Hva som kan gjøres*, åpner for hva som *kan* gjøres for å oppnå de beste resultatene. Her er modaliteten svak ved at modifikatoren *kan* benyttes. Modifiserende småord som *mulig, kan, dersom, kanskje, sikkert, nok* osv. kan svekke grunnlaget i artikkelen. Jo flere modifikatorer teksten har, jo svakere grad av modalitet har teksten (s. 94). Men på en annen side er modaliteten sterkere der teksten gir konkrete råd, som tilbyr leseren en mulighet til å komme

i form. Her brukes det minimalt med svake modifikatorer og rådene er klare og konkrete. Bildene er også med på å styrke godkjennelsen av rådene fordi de viser de faktiske resultatene. Underforstått; dette virker, ergo er rådene verdt å følge for å nå idealet.

Det retoriske problemet som skapes er at jenter ikke er i god *nok* form. Dette problemet skapes i samhandling mellom forsidebildet og overskriften. Som det fremgår i analysekapittel 6 går Treningsforum aktivt inn for å overbevise oss om at dette er et problem som bør løses, blant annet gjennom ethos, pathos og logos. Avsenderens troverdige karakter virker solid gjennom aktiv bruk av ekspertkilder og Treningsforum viser kompetanse ved å henvise til forskning, studier og leger, samt ved å benytte seg av fremmede fagord og faguttrykk. De viser også dydighet ved å si at dette feltet har behov for mer forskning, *fordi* fettreduksjon og tydelige muskler er viktig for kvinner. Det er viktig at man kan bli en bedre utgave av seg selv, både av helsemessige årsaker og av utseendemessige årsaker. Treningsforum viser velvilje overfor jenter og kvinner ved å tilby råd som vil hjelpe dem til å få en bedre fysikk. Mottakeren føler seg også svært ivaretatt og sett gjennom jevnlige direkte adresseringer; *du, din, ditt* og *deg*. Både bildene og verbalteksten oppfordrer til direkte handlinger hos mottakeren. Det kommunikative poenget er å få mottakeren til å gjøre noe fysisk og endre holdninger rundt kropp og helse.

I tillegg til troverdighet og appell til følelsene, er artikkelen sterkt preget av anbefalende argumentasjon. Jenter bør komme i form, redusere fettprosenten og bygge muskler *fordi* det er hensiktsmessig for dem. Det fremlegges ”gode grunner” for handling og holdningsendringer i teksten som helhet. Den aktive overbevisningen og argumentasjonen havner dermed under den snevre persuasio-forståelsen og lener seg mot en manifest retorikk. Både tekst og bilder legger opp til direkte handling og holdningsendring hos mottakeren. Avsenderens troverdige karakter styrker den anbefalende argumentasjonen. Vi tror på teksten fordi den er skrevet av ”eksperter” og bildene brukes som dokumentasjon og sammenlikningsobjekt, dette medfører at vi lettere aksepterer argumentene i både tekst og bilder. På den måten er det lettere å godta det retoriske problemet som skapes i møtet med teksten, og det er lettere å tro på rådene som gis. Mottakeren blir manipulert til å tro at problemet som presenteres er viktig og at akkurat *disse* rådene som Treningsforum presenterer er de ”rette”.

## **Artikkel 2, *Menn som trener hardt mister håret tidligere***

Komposisjonen er mer eller mindre lik i hele tekstutvalget (se figur 10 og tabell 2 under punkt 5.1 komposisjon). Slik det fremgår i analysekapittel 5 er artikkelen kortere i omfang enn artikkel 1, med mindre tekst og færre bilder. Bildene fremstiller to forskjellige menn der håret er det sentrale og vi forstår ut i fra disse at artikkelen omhandler menn og hår på en eller annen måte. Mannen på forsidebildet ser bekymret ut, en følelse av usikkerhet som smitter over på betrakteren. Bildet er plassert som det ideelle i komposisjonen og sammen med den tilhørende teksten skapes det et ideal om å ha et sunt og sterkt hår.

I den reelle og konkrete delen i komposisjonen skildres en annen mann med tilsynelatende mindre hår, og bildet fungerer som et bevis eller dokumentasjon for at hårtap faktisk er et problem. Plasseringen symboliserer en konkret konsekvens av hårtap, der det i den tilhørende teksten fremlegges konkrete kostholdsråd for sunt hår. Bildet sammen med teksten kan derfor bety; følger du disse rådene, kan du styrke håret og bevare det lenger. Det tynne håret skildrer faktiske konsekvenser av hårtap, der det ideelle er å bevare det.

Det retoriske problemet er at menn som trener hardt har større sjanse for å miste håret tidligere enn andre menn. Her ligger det en underforstått tanke om at mottakeren faktisk trener en del og at han ikke ønsker å miste håret. I teksten åpnes det imidlertid for diskusjon; menn som trener hardt *kan* miste håret tidligere og mangel på visse vitaminer *kan* føre til hårtap. Fordi det har vært en økning hos menn som har opplevd økt håravfall på grunn av bruk av kreatin og styrketrening, *kan* det være lurt for de som er disponible for hårtap å kutte ut dette. Grunnen er at kreatin øker produksjonen av et kjemikalie i kroppen med over 60 % som ser ut til å gi hårtap. Her er modaliteten svak ved at modifikatoren *kan* og *ser ut til* benyttes, som er med på å svekke grunnlaget i overskriften *Menn som trener hardt mister håret tidligere*. Overskriften sammen med bildet skaper et retorisk problem om at menn faktisk mister håret tidligere ved hard styrketrening, men teksten under åpner for at det *kan* være tilfelle og at det er flere faktorer som spiller inn. Formuleringen er sterk i overskriften for å lokke leseren til å lese teksten, der den sammen med forsidebildet skaper en bekymring som kan bidra til at leseren ønsker å undersøke teksten ytterligere.

Interessant nok fremkommer det senere i teksten at dette kjemikaliet *er* den store synderen og at det faktisk hemmer hårvekst. Det som tidligere var diskutabelt blir leseren nå tvunget til å akseptere. Deretter står det i fet og oppmerksomhetssøkende skrift at trening og kreatin

*ikke* fører til håravfall i *seg selv*, men bare at de som er disponible for det har en større sjansje for at prosessen skjer. Treningsforum sier med dette at man ikke trenger å trene lett eller slutte med kreatin, dersom man ikke er disponibel for tidlig hårtap. Trening og sunn livsstil er bra, men det ser ut til at Treningsforum verdsetter et godt utseende enda høyere.

På en annen side er modaliteten sterk der teksten gir eksplisitte råd. Lett trening *vil* redusere nivåene av det bestemte kjemikaliet i blodet og virke positivt på hårmanken. Kosthold *er* også viktig. Lett trening, kutte ut kreatin og spise ”riktig” *vil* virke positivt på håret. Under overskriften, *Mat for sunt hår*, brukes det minimalt med svake modifikatorer og rådene er klare og konkrete. Det tas ingen forbehold om at rådene kan være feilaktige og dermed tvinges leseren til å godta rådene og fakta som gis. Bildene er med på å motivere mottakeren til å følge rådene fordi de viser de faktiske konsekvensene av hårtap, noe de fleste menn ikke ønsker. Det gis ingen lovnader om at rådene faktisk fungerer, men de er likevel verdt å følge. Mister man likevel håret, har man i alle fall prøvd å forhindre det. Underforstått; disse rådene *er* sunt for håret og de *kan* bidra til et sterkt hår, ergo er rådene verdt å følge.

I likhet med artikkel 1, går Treningsforum aktivt inn for å overbevise mottakeren om at dette er et problem som bør løses, der avsenderen bruker samme ”eksperttaktikk”. Avsenderen henvender seg direkte til mottakeren og oppfordrer til fysisk handling. Det mottakerorienterte språket får leseren til å føle seg sett og betydningsfull i situasjonen. Språket er preget av anbefalende argumentasjon; man bør følge rådene for å beholde et sunt og sterkt hår, *fordi* det er gunstig for utseende og den generelle helsen. Det fremlegges ”gode grunner” for handling, der Treningsforum mer eller mindre aktivt går inn for å overbevise mottakeren om å utføre handlinger som er gunstig for håret. Jeg vil derfor argumentere for at teksten faller innenfor en snever persuasio-forståelse og at den lener seg mot manifest retorikk. Tekst og bilder legger sammen opp til handling hos mottakeren, der bildene skildrer det ideelle og konsekvenser, mens teksten forklarer, informerer og gir konkrete råd.

### **Artikkel 3, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter***

I denne artikkelen møter vi en muskuløs og dedikert ung kvinne. Mottakeren møter henne først i tre ulike positurer på forsidebildet og senere i videoen. Bildene er plassert som det ideelle i komposisjonen og skildrer hennes definerte muskler og lave fettprosent. De ulike bildene fokuserer på ulike muskelgrupper slik at hele kroppen presenteres. Lyset skaper

kontraster slik at musklene kommer tydelig frem, dette underbygger idealet om en markert kropp.

I filmen viser hun dedikasjon, motivasjon og engasjement ved å trene til alle døgnets tider, der det hele tiden fokuseres på musklene hennes. Lyssetting og kontraster bidrar også til dette. Filmen har videre en ideell/abstrakt – reell/konkret orden, der filmen går fra motivasjonsvideo til en mer praktisk informasjonsfilm. I den ideelle og abstrakte delen betrakter vi hennes dedikasjon og viljestyrke, som sammen med musikken retter fokuset mot trening og motiverer til handling. Videoen er nysgjerrighetsskapende og motivasjonsbyggende, slik at mottakeren settes i en bestemt stemning før de praktiske rådene fremlegges. På den måten kan mottakeren bli mer åpen og motivert for rådene som gis.

Informasjonsdelen handler om hvordan man kan få definerte magemuskler. I denne delen av filmen rettes det krav om handling til mottakeren. Øvelsene demonstrerer hun til motiverende musikk, som sammen med direkte henvendelser oppfordrer til fysisk handling. Det som gjennomgående promoterer for å oppnå idealet om en markert kropp er trening, fitness og ”riktig” mat, som igjen krever dedikasjon, viljestyrke og motivasjon. Det ideelle er å få til dette fordi det er gunstig for utseende og selvtilliten.

Vi forstår hva Treningsforum oppfordrer mottakeren til å gjøre til uten tekst, men språket forsterker likevel budskapet i bildene. For det første er det viktig at mottakeren tror på avsenderen for å kunne la seg overbevise om hva man ”burde” gjøre og hvorfor. Avsenderens troverdige karakter er fremtredende i videoen. Artikkelen er publisert av Treningsforums redaktør, som er å anse som en ekspertkilde og en kompetanserik person. I tillegg inneholder selve videoen en annen ekspertkilde som redaktøren går god for. Kvinnen er selv et resultat av de metodene hun fremlegger, der hun deler egne råd og erfaringer. Språket er mottakerorientert, der ordet *du* brukes fire ganger i overskriften og i introduksjonsteksten, samt at kvinnen henvender seg direkte til mottakeren ved å si *you* og *your* hele 44 ganger i filmen. I tillegg til de klare oppfordringene som fremkommer i bildene, legges det opp til fysisk handling i språket. Mottakerne føler seg, i likhet med de andre artiklene, sett gjennom direkte henvendelser, der hun inviterer dem inn i sin verden og gjør den til deres.

I både språk og bilder spilles det særlig på selvsikkerhet. Ved å følge rådene som gis kan mottakeren selv bli selvsikker. Det henvendes også direkte til jenter i overskriften, som lettere lar seg påvirke av affektive metoder. Det appelleres også til eldre kvinnelige lesere som ønsker å identifisere seg med unge jenter. Kvinnen får øvelsene til å se lette ut og skaper dermed forventninger om at dette er gjennomførbart for de fleste. Hun smiler og hennes positivitet smitter over på mottakeren. Musikken er energisk og skaper også positive følelser.

Det argumenteres for å oppnå markerte magemuskler ved å være dedikert, trene mye og variert, og spise ren og ”riktig” mat som gir lav fettprosent. Disse rådene er hentet fra det hensiktsmessige. Jenter bør strebe etter den perfekte magen *fordi* det er hensiktsmessig for utseende og selvtilliten. Det retoriske problemet er at jenter ikke har nok muskler fordi de ikke løfter vekter. Det skapes et problem rundt jenter og styrketrening. Overskriften, *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*, presupponerer at mottakeren i utgangspunktet ønsker større og tydeligere muskler. I filmen tas det ikke eksplisitte forbehold om at jenter ikke får muskler av å løfte vekter og teksten åpner dermed ikke for diskusjon om dette spørsmålet. Det er et gitt premiss at vektløfting og ”riktig” mat gir synlige og definerte muskler. Modaliteten er sterk og leseren tvinges til å akseptere fakta (Hågvar, 2011, a. 94).

Treningsforum bruker aktivt retoriske midler i overbevisningen, både i bilder og språk. Til sammen er budskapet krystallklart; det ideelle er å ha definerte muskler og lav fettprosent. Kvinnen i filmen har den ideelle kroppen, noe mottakeren også bør strebe etter. Retorikken er snever og nærmer seg manifest retorikk, der avsenderen helt klart legger opp til handling og holdningsendring hos mottakeren i den multimodale kommunikasjonen.

#### **Artikkel 4, *Dette kan doping føre til***

I den siste artikkelen i tekstutvalget møter vi en mann som har misbrukt anabole steroider i 13 år. På forsidebildet kan vi se dopingpreparater der kontrastene i bildet bidrar til at leseren legger ekstra merke til de røde tablettene og det blåaktige innholdet i sprøyta. Bildet og overskriften advarer mot doping i stedet for å invitere til det. Perspektivet i bildet gir leseren betraktermakt over situasjonen, på den måten at mottakeren har makt over eget liv og velger selv hvordan han/hun ønsker å leve det. Som det fremgår i analysekapittel 5 handler filmen om noe man *ikke* bør gjøre. Svart/hvitt bildene, perspektivet og hjerteslagene skjærper mottakerens oppmerksomhet og tillegger situasjonen en seriøs og alvorlig stemning.

Leseren tilbys innsyn i hans verden og hva doping kan medføre, slik overskriften antyder. Lyskontrastene minner om avhørsteknikker, der mannen stilles for ansvar.

Den hvite genseren kan symbolisere overgivelse og håp i hans mørke fortid. I intervjustolen forholder han seg personlig til betrakteren, der det skapes intimisering i den personlige distansen han filmes fra. Han krever oppmerksomhet, handling og holdningsendring blant de som ser på. Dette er noe vi alle er en del av, et problem som finnes i samfunnet vi lever i. Lyset, kontrastene, hans emosjonelle appell, hjerteslagene og ansiktsuttrykkene er dramatiske virkemidler for å styrke budskapet om antidoping i artikkelen. Det ideelle er å trene ”rent” og styre unna anabole steroider.

Det retoriske problemet er misbruk av anabole steroider. Et problem som må løses, der mannen i videoen og Treningsforum går aktivt inn for å fraråde andre om dette. Mannen deler egne refleksjoner samt erfaringer rundt misbruk og fremstår derfor som en pålitelig kilde. Treningsforum prøver å overbevise mottakeren ved å fraråde dopingbruk; *Er du i mot anabole steroider? Lik og del denne artikkelen*. Mannen i videoen viser god moral ved å fortelle sin historie, selv om han er tydelig preget. Ved å fortelle hva doping medføre kan han bevisstgjøre andre mennesker om dopingens bakside, og forhåpentligvis dempe de glorifiserte tankene enkelte har om steroider.

Mannen viser tydelig anger og sårbarhet, som preger mottakerens vurdering av saken. Videoen har en motiverende effekt i den forstand at vi får lyst til å trene ”rent” fordi vi ikke ønsker fysiske eller psykiske skader, samt at hjerteslagene og stillheten mellom slagene får oss til å føle at livet står i fare. Når han deler sine egne følelser under temaene *kongefølelsen* og *avhengighet* henvender han seg direkte til mottakeren. Dette medfører at tilskueren føler seg involvert og tar lettere til seg de følelsene som mannen selv har kjent på. Appell til mottakerens følelser og sunne fornuft er fremtredende i denne artikkelen.

Filmen preges av frarådende argumentasjon, der man ikke bør bruke anabole steroider *fordi* det faktisk kan skade den fysiske og psykiske helsen. Det skapes et problem vedrørende dopingmisbruk. Overskriften, *Dette kan doping føre til*, presupponerer at mottakeren enten er nysgjerrig på anabole steroider, har prøvd det eller vurderer å prøve det. Det tas imidlertid forbehold om at det han forteller *kan* skje og at det nødvendigvis ikke skjer med alle misbrukere. Det er en risiko man tar og det er viktig at man kjenner til denne risikoen.

Modaliteten i overskriften og i filmen er svak i den forstand at mottakeren ikke tvinges til å akseptere at dette er noe som skjer med alle misbrukere, men modaliteten er sterk der han forteller om seg selv. Skadene han fikk *er* på grunn av misbruk av anabole steroider.

I filmen appelleres det til umiddelbar handling og holdningsendring, der det skapes ”gode grunner” for hvorfor man bør styre unna anabole steroider; det skader den fysiske og psykiske helsen og kan i verste fall føre til død. Retorikken blir særlig synlig gjennom hans troverdige karakter, de autentiske følelsene og de frarådende argumentene i både bilder og tekst. Det visuelle, de dramatiske hjertebankene og hans rørende og erkjennende historie legger helt klart opp til holdningsendring hos mottakeren. Retorikken lener seg altså mot manifest retorikk, der Treningsforum går aktivt inn for å overbevise mottakeren om å trene ”rent” og være tålmodig.

## 7.1 Konklusjon

Alle artiklene i tekstutvalget bygger kropps- og livsstilsidealene gjennom multimodal kommunikasjon. Det skapes idealer i samspillet mellom komposisjon, bilder, farger, musikk, skrifttyper og verbaltekst. Analysene har vist at artiklene domineres av manifest retorikk, der Treningsforum aktivt går inn for å overbevise mottakeren om hvordan han/hun bør leve livet sitt og hvilke idealer som han/hun bør strebe etter. Livsstilsidealene som bygges opp i den multimodale kommunikasjonen er dedikasjon, viljestyrke, målrettethet, tålmodighet, sunn livsstil og selvsikkerhet, mens kroppsidealene ser ut til å være utseende- og helsebaserte. Idealene som er særlig fremtredende er streben etter å se bra ut, være markert, ha store og synlige muskler, samt å ha lav fettprosent. Det er også et ideal at mottakeren passer på at alt han/hun foretar seg i hverdagen skal gjøres for å oppnå den beste kroppen og en god helse. Det er en forutsetning at mottakeren spiser ”riktig” mat, får i seg de ”riktige” vitaminene og mineralene, får nok søvn og unngår stress over en lengre periode. Det tar tross alt tid å se bra ut og dette krever dedikasjon og målrettethet. Det skapes også et ideal om å være ung i artikkel 1, 2 og 3. Ved at det henvendes til *jenter* i artikkel 1 og 3, skapes det et problem for eldre kvinner. Å være ung i dagens samfunn er i seg selv et ideal og eldre kvinnelige lesere ønsker ofte å identifisere seg med unge jenter. I artikkel 2 er det ikke rom for menn å miste håret, fordi det kan være et tegn på aldring. Ved å bevare håret lengst mulig, bevarer man også et ungt utseende.



## 8 Avsluttende kommentar

Målet med studien har vært å utforske hvordan 1) Treningsforum bygger kropps- og livsstilsidealene gjennom multimodal kommunikasjon, og 2) hva disse idealene er. Gjennom analyse av fire artikler har jeg utforsket modalitetenes meningspotensialer, sett i lys av semiotisk og retorisk teori. I kapittel 7 ble disse meningspotensialene satt sammen til en helhetlig sammenheng, der jeg avdekket hvordan Treningsforum bygger idealer multimodalt. Idealene som bygges i kommunikasjonen er dedikasjon, viljestyrke, målrettethet, tålmodighet, sunn livsstil, selvsikkerhet, se bra ut, være markert, ha stor muskelmasse, ha lav fettprosent og bevare et ungt utseende. Bildene preges av kropper som bygger urealistiske idealer, mens tekstene på sin side bygger opp tvangspregede holdninger.

Innledningsvis la jeg fram min motivasjon for å velge dette temaet, nemlig medias påvirkning på unges endringsopptatthet. De siste 10-15 årene har treningsartikler preget sosiale medier betraktelig og søk etter treningsinformasjon på internett i Norge har hatt en voldsom økning. Informasjon og eksponering av kroppsfokuserte bilder har blitt mer og mer tilgjengelig, samt at motivasjonsbilder av veltrente mennesker har blitt mer fremtredende. Treningsnettsider fremmer en utseendebasert livsstil gjennom objektiverende avbildninger av kropper og ved å fremme budskap som kan føre til forstyrrende spisemønstre.

I denne avhandlingen har jeg sett nærmere på hvordan Treningsforum bidrar til denne kroppsidealiserings på internett. På den måten har jeg fått et innblikk i hvordan det kommuniseres og hvordan nettsiden er med på å sette ulike standarder i samfunnet. Litt av tanken bak prosjektet har vært å avdekke hvordan Treningsforum skaper retoriske problemer og hvordan de overbeviser mottakeren om hva som er den ”riktige” måten å leve på. Jeg ønsker at denne studien skal kunne bidra til en mer kritisk lesning av denne typen kommunikasjon, og forhåpentligvis bidra til å hemme utviklingen av tvangspregede atferd, særlig blant unge.

### 8.1 Videre forskning

I denne studien har jeg forsøkt å kartlegge hvordan Treningsforum bygger idealer, hvordan de legger opp til handling og holdningsendring hos mottakeren, samt hvilke idealer

nettsiden promoterer. Studien er likevel ikke komplett og mangler flere sentrale aspekter som det burde forskes videre på. Oppgaven min vil likevel kunne fungere som utgangspunkt og inspirasjon for videre forskning på blant annet:

- Ønsket og faktisk mottaker: hvem ulike avsendere av slike treningsartikler *ønsker* å kommunisere til og hvem de *faktisk* kommuniserer til. På samme måte som avsendere må tenke over hvordan egne valg og tilfeldigheter styrer den multimodale teksten, må avsendere også tenke over *hvem* de ønsker å nå med kommunikasjonen, og hvordan de ønsker å gjøre dette.
- Modellesere i multimodale tekster fra Treningsforum og andre treningsrelevante nettsider, samt andre kroppsfokuserte arenaer som blogger og magasiner. På den måten kan man finne ut hvilke lesere som inkluderes *i* tekstene og hvem som egentlig er målgruppen.
- Kvantitative og kvalitative analyser av hvordan ulike retoriske strategier for idealbygging blir oppfattet av ulike mottakere. Her kan man forske på hvordan mottakere faktisk oppfatter kommunikasjonen, hvordan de oppfatter idealene som fremlegges og om de lar seg påvirke til handling og holdningsendring.
- Komparativ forskning for å se forskjellen på treningsartikler som er rettet mot jenter og artikler som er rettet mot gutter. Det kunne være interessant å undersøke om det bygges ulike idealer for jenter og gutter.
- Hvilke aldersgrupper som er lettest å påvirke. I oppgaven antyder jeg at unge mennesker har lettere for å la seg påvirke av affektive appeller, men det kunne være interessant å undersøke om dette virkelig er tilfelle.

Til dette arbeidet håper jeg at denne studien vil kunne fungere som et fundament for tolkning av multimodale tekster i et retorisk og semiotisk perspektiv.

# Litteraturliste

- Andersen, Ø. (2012). *I retorikkens hage*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Aristoteles. (2015). *Retorikk* (2. opplag). Oslo: Vidarforlaget.
- Bakken, J. (2014). *Retorikk i skolen*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Benveniste, E. (1971). *Problems in General Linguistics*. Coral Gables: University of Miami Press
- Berge, K. L. (2008). Teksten. I *Tekst og historie. Å lese tekster historisk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berge, K. L. (2011). Rhetoric and the study of texts, text norms and text cultures. I J.E. Kjeldsen & J. Grue (red.), *Scandinavian Studies in Rhetoric. Rhetorica Scandinavica 1997-2010* (s. 89-104). Ödåkra: Retorikförlaget.
- Björkvall, A. (2016). *Den visuella texten. Multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren Studieförlag.
- Burn, A. (2014). The kineikonic mode: towards a multimodal approach to moving image media. I C. Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (2. utgave) (s. 375-385). London og New York: Routledge.
- Fremer, M. (2000). *Va e du då – generiskt du hos ungdomar och vuxna talare*. i U.-B. Kotsinas, A.-B. Stenström, & E.-M. Drange (red.), *Ungdom, språk och identitet. Rapport fra et nettverksmøte. (Nord 1999:30.)* (s. 133–147). Köpenhamn: Nordisk Ministerråd.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Halliday, M. (1999). Situasjonskonteksten. I K. L. Berge, P. Coppock & E. Maagerø (red.), *Å skape mening med språk*. Oslo: Landslaget for norskundervisning (LNU) og Cappelen Akademiske Forlag as.
- Haanes, C. (2005). *Bokstavelig*. Oslo: Aschehoug.
- Hellum, B. (2013). *Analyse av multimodale tekster. En holistisk modell*. Oslo: Spartacus Forlag.
- Hitching T. R. & Veum A. (2015). Introduksjon. I T. R. Hitching, A. B. Nilsen & A. Veum (red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og Analyse* (s. 11-36). Høyskoleforlaget: Kristiansand.
- Hodge, R. & Kress, G. (1988). *Social Semiotics*. Cambridge og Oxford: Polity Press.

- Holsanova, J. (2010). *Myter och sanningar om läsning. Om samspelet mellan språk och bild i olika medier*. Stockholm: Språkrådets Norstedts.
- Hågvær, Y. B. (2011). *Å forstå avisa. En innføring i praktisk presseanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Jacobsen, J. (2016, 22. april). *Speil, speil på veggen der...* (UiO, Psykologisk institutt). Hentet 6. mars 2017, fra <http://www.sv.uio.no/psi/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2011/kroppsbilde.html>
- Jewitt, C. (2014a). An introduction to multimodality. I C. Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (2. utgave) (s. 15-30). London og New York: Routledge.
- Jewitt, C. (2014b). Different approaches to multimodality. I C Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (2. utgave) (s. 31-43). London og New York: Routledge.
- Kjeldsen, J. E. (2002). *Visuel retorik*. (Doktoravhandling). Universitetet i Bergen. Hentet 21. februar 2017, fra <https://bora.uib.no/handle/1956/2643>
- Kjeldsen, J. E. (2011). Scandinavian Research in Rhetoric. I J.E Kjeldsen & J. Grue (red.), *Scandinavian Studies in Rhetoric. Rhetorica Scandinavica 1997-2010* (s. 106-121). Ödåkra: Retorikforlaget.
- Kjeldsen, J. E. (2015). *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus Forlag.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London og New York: Routledge.
- Kress, G. (2014). What is mode? I C. Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (2. utgave) (s. 60-75). London og New York: Routledge.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2002). Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour. *Visual Communication* (s. 343-368). Hentet via UiO 20. mars 2017, fra <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/147035720200100306>
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images. The Grammar of Visual Design* (2. utgave). London & New York: Routledge.
- Lundeby, E. (1996). Om *man* og *en* og *du*. I *Språket lever!* Festskrift till Margareta Westman den 27 mars 1996 (s. 195–201). Stockholm: Norstedt.
- Maagerø, E. (1999). Hallidays funksjonelle grammatikk. I K. L. Berge, P. Coppock & E. Maagerø (red.), *Å skape mening med språk* (s. 33-62). Oslo: Landslaget for norskundervisning (LNU) og Cappelen Akademiske Forlag as.
- Mathisen, T.F. & Olsen, T. (2016, 15. september). *Når kroppsfokus blir patologisk: Sosiale medier, fitness og spiseforstyrret atferd* (Norsk tidsskrift for ernæring). Hentet 2. mars 2017, fra <http://www.ntfe.no/i/2016/3/c-1>

- NRK. (2015, 10. juni). *Én av ti unge vil endre på utseende*. Hentet 9. august 2016, fra <https://www.nrk.no/norge/en-av-ti-unge-vil-endre-pa-utseendet-1.12399764>
- Postholm, M. B. (2005). *Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ramírez, J. L. (2011). The art of speaking – the art of saying. I J.E. Kjeldsen & J. Grue (red.), *Scandinavian Studies in Rhetoric. Rhetorica Scandinavica 1997-2010* (s. 77-87). Ödåkra: Retorikförlaget.
- Rosengren, M. (2011). On doxa – the epistemology of the New Rhetoric. I J.E. Kjeldsen & J. Grue (red.), *Scandinavian Studies in Rhetoric. Rhetorica Scandinavica 1997-2010* (s. 157-167). Ödåkra: Retorikförlaget.
- Searle, J. R. (1990). *Speech Acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge: University Press.
- Silverman, D. (2014). *Interpreting Qualitative Data*. London: SAGE Publications Ltd.
- Svendsen, L. F. H. (2011, 7. des.). *Intensjonalitet*. Hentet 30. mars 2017, fra <https://snl.no/intensjonalitet>
- Svennevig, J. (2013). *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. Valdres: Cappelen Damm.
- Tønnesson, J. (2004). Utdrag fra kap. 2: Tekstens kommunikasjon og modellesere. *Tekst som partitur*. (Doktoravhandling) (s. 67-145). Oslo: Unipub forlag.
- van Leeuwen, T. (1999). *Speech, Music, Sound*. London: Macmillan Press Ltd.
- van Leeuwen, T. (2006). Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal*, 14(2), (s. 139-155).
- van Leeuwen, T. (2014). Colour: code, mode, modality. The case of film and video. I C. Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (2. utgave) (s. 397-409). London og New York: Routledge.
- Veum, A. (2015). Kva er diakron diskursanalyse? I T. R. Hitching, A. B. Nilsen & A. Veum (red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og Analyse* (s. 81-86). Høyskoleforlaget: Kristiansand.
- West, T. (2014). Music and designed sound. I C. Jewitt (red.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (s. 410-418). London og New York: Routledge.
- Øierud, G. L. (2015a). Hvordan analysere multimodalitet? I T. R. Hitching, A. B. Nilsen & A. Veum (red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og Analyse* (s. 43-47). Høyskoleforlaget: Kristiansand.

- Øierud, G. L. (2015b). Slik lyder Herrens Ord multimodalt – om multimodal meningsskapning. I T. R. Hitching, A. B. Nilsen & A. Veum (red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og Analyse* (s. 49-77). Høyskoleforlaget: Kristiansand.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. California: SAGE Publications.

## Oversikt over materialet

Pedersen, J. (2004, 22. mai). *Om Treningsforum*. Hentet første gang 5. september 2016, fra <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=437>

Treningsforum. (2017). *Treningsforum.no*. Hentet første gang 8. august, fra <http://www.treningsforum.no>

### Artikkel 1

Poliquin Group. (2014, 6. mai). *5 tips for at jentene skal komme i form*. Hentet første gang 30. august 2016, fra <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=3121>

### Artikkel 2

Skjønsberg, F. (2016, 27. mai). *Menn som trener hardt mister håret tidligere*. Hentet første gang 6. september 2016, fra <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=4038>

### Artikkel 3

Pedersen, J. (2014, 28. jan.). *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter*. Hentet første gang 28. august 2016, fra <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=2973>

### Artikkel 4

Pedersen, J. (2013, 6. sept.). *Dette kan doping føre til*. Hentet første gang 2. september 2016, fra <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=2757>

# Vedlegg: Artikkell 1-4

## Artikkell 1

10

HJEM KATEGORIER MEDIA FORUM MAGASINET ARVY

**Treningsforum.no**

**5 tips for at jentene skal komme i form**

Reduser fettprosenten, bygg muskler og forbedre prestasjonene

1. Øk omega-3  
(DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi



**Oversett**

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

**5 tips for at jentene skal komme i form**

Reduser fettprosenten, bygg muskler og forbedre prestasjonene

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

**Mid Season Sale**

SE HER

100% GYM GROSSISTEN.COM

**5 tips for at jentene skal komme i form**

Reduser fettprosenten, bygg muskler og forbedre prestasjonene

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

5. Muskelbygging



**Oversett**

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

5. Muskelbygging

**1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet**

Under hulle brenner kvinner mer glukose og mindre fett enn menn. Det betyr at kvinner i større grad har mer fett lagret etter å ha spist, noe som bidrar til en høyere fettprosent. Fra et evolusjonært perspektiv, er det et fortrinns for kvinner å ha mer kroppsfett i tilknytning til graviditet og amning. I det kvinner blir fruktbar vil også kroppen lagre fett på hofter og lår som en forberedelse til å få et barn. Fettet rundt hofter og lår har en spesielt høy konsentrasjon av DHA (Omega-3 fettsyre). Det er en teori at fettet benyttes til å lage og produsere brystmelk, samt utvikling av barnets hjerne.

Forskning antyder at amerikanske kvinner har en tendens til å ha en lav prosentandel av DHA i det gjennomsnittlige fettstoffer på grunn av lavt innhold av omega-3 fettsyrer. Dette leder helt grunnleggende til en vekstetning i laget av omega-3 fettsyrer. Dette leder helt grunnleggende til en vekstetning i laget av omega-3 fettsyrer. Dette leder helt grunnleggende til en vekstetning i laget av omega-3 fettsyrer.

**Mid Season Sale**

SE HER

100% GYM GROSSISTEN.COM

**5 tips for at jentene skal komme i form**

Reduser fettprosenten, bygg muskler og forbedre prestasjonene

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

5. Muskelbygging



**Oversett**

1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet

2. Øk kvitt fett på underkroppen

3. Strømer aerobisk aktivitet

4. God hormonbalanse med lønnsenergi

5. Muskelbygging

**1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet**

Under hulle brenner kvinner mer glukose og mindre fett enn menn. Det betyr at kvinner i større grad har mer fett lagret etter å ha spist, noe som bidrar til en høyere fettprosent. Fra et evolusjonært perspektiv, er det et fortrinns for kvinner å ha mer kroppsfett i tilknytning til graviditet og amning. I det kvinner blir fruktbar vil også kroppen lagre fett på hofter og lår som en forberedelse til å få et barn. Fettet rundt hofter og lår har en spesielt høy konsentrasjon av DHA (Omega-3 fettsyre). Det er en teori at fettet benyttes til å lage og produsere brystmelk, samt utvikling av barnets hjerne.

Forskning antyder at amerikanske kvinner har en tendens til å ha en lav prosentandel av DHA i det gjennomsnittlige fettstoffer på grunn av lavt innhold av omega-3 fettsyrer. Dette leder helt grunnleggende til en vekstetning i laget av omega-3 fettsyrer. Dette leder helt grunnleggende til en vekstetning i laget av omega-3 fettsyrer.

**Mid Season Sale**

SE HER

100% GYM GROSSISTEN.COM



Overstift >  
>  
**1. Øk omega-3 (DHA) i kostholdet**

2. Bil kvitt fett >  
på underkroppen  
- øk  
anaerobisk  
aktivitet

3. Strategier >  
for  
stresshåndtering

4. God  
hormonbalanse  
med jevn  
energi

5. Muskelbygging  
Kvinner vs  
menn

Om skibent >  
Kommentarer >

Du kan for eksempel ligge lavere på karbohydratinnaket på en treningsfri dag og innta mer på treningsdager. Anaerob trening som styrketrening og sprinter forbedrer også kroppens metabolske fleksibilitet.

## 2. Bil kvitt fett på underkroppen - øk anaerobisk aktivitet

Kvinner og menn forbermer og lagrer fett forskjellig. Kvinneskroppen bruker fett som bensin under trening i langt større grad enn menn. Det betyr at trening er essensielt hos kvinner som ønsker å redusere fettprosenten, fordi de resten av tiden dessverre brenner mindre fett enn menn under hvile.

Kvinner har modertid mer fett som er lagret rett under huden, mens menn har mer fett lagret rundt andre organer i buk området, noe som er en større helse risiko for det hjerte- og karsystemet og insulinresistens. Et normalt fettinnhold på den nedre delen av kroppen indikerer at kvinner har en sunnere helse og lavere risiko for hjertesykdom.



Kvinner har en tendens til å miste fett på øvre del av kroppen først og senere mer med å bil kvitt fett fra nedre del av kroppen. Som nevnt i punkt 1 lagrer kvinner fett på hofter og lår til fordel for en eventuell graviditet, men de har også langt flere Alfareseptorer i dette området enn menn. Kombinasjonen av alfaresptorer og østrogen hemmer fettreduksjonen. Menn har en høyere andel beta resptorer som gjør det enklere for dem å mobilisere fettdepotet til fortenning.

For å bil kvitt standhaftige fettreserver på nedre del av kroppen må kvinner legge til anaerobisk aktivitet. En ny studie fant at ved å legge et styrkeprogram til en aerobisk aktivitet bidro til stor fettreduksjon. Kvinner som utførte samtidig styrke og aerob trening mistet 12,2 prosent fettmasse fra beina, reduserte midjemålet med 4 prosent og dro av 9,7 prosent av det opprinnelige kroppsfettet. I motsetning mistet kvinner kun 5,7 prosent fett fra beina, reduserte midjen med 4 prosent og dro av 5 prosent av det opprinnelige kroppsfettet når de kun drev med aerob aktivitet.

Forskere antar at jo høyere intensiteten er i trening med motstand, stimulerer frigjøring av kroppsfett fra fettceller slik at det kan brennes som energi. I tillegg er det mulig at østrogen har en positiv effekt på fettforbrenning under trening via disse mekanismene.

• Østrogen ser ut til å redusere nedbrytning av triglyserider fra blodbanen til lagring.  
• Østrogen øker adrenalinproduksjonen for en større fettforbrenning



Overstift >  
>  
**1. Øk omega-3 i (DHA) i kostholdet**

2. Bil kvitt fett på underkroppen  
- øk  
anaerobisk  
aktivitet

3. Strategier >  
for  
stresshåndtering

4. God  
hormonbalanse  
med jevn  
energi

5. Muskelbygging  
Kvinner vs  
menn

Om skibent >  
Kommentarer >

• Østrogen ser ut til å redusere nedbrytning av triglyserider fra blodbanen til lagring.  
• Østrogen øker adrenalinproduksjonen for en større fettforbrenning  
• Østrogen stimulerer vekstfaktorer som spiller en rolle i fettmetabolismen og stimulerer blodstrømmen.

**Hva kan gjøres:** Uter styrketrening med fokus på flerledsøvelser og nedre del av kroppen og høkeproppitt som kneløp, steg ups og utfall, samt høy-intensitets intervalltrening på male, sykkel eller ved å skyte en sløde e.l. for å igangsette alla resptorerne og øke fett-tap fra nedre del av kroppen.

## 3. Strategier for stresshåndtering

Stress påvirker kroppens metabolisme og hindrer fettreduksjon. Stress påvirker selv sagt fettreduksjon hos alle, men det er mulig at spesielle former for stress skader kvinner mer enn menn. Stress forsterker kortisol utsondring og kortisolsens hovoppgiver er å øke blodsukkeret i insulin frigjøring slik at du har nok energi til å tåle en stressfull situasjon.

Når dette blir en kronisk tilstand gjør kroppen om hormonet progesteron/forstadiet til østrogen og testosteron) til progesteron som igjen brytes til å produsere kortisol og aldosteron. Til sammen bidrar disse hormonene til større fettdepoter og økt væskeansamling. Du vil altså ha høyere nivåer av kortisol og lavere nivåer av østrogen og testosteron.

Kvinner som har lavere testostone-nivåer enn normalt er ikke i en fordelaktig situasjon når det gjelder muligheten for å redusere fettprosenten. Selv om forhøyet østrogen ikke er en fordel for vekt-tap, så er heller ikke det motsattele punkt 2) fordi det forhindrer vekttap som kvinner får med trening. Kroppen fungerer rett og slett ikke som den skal og en lavere fettprosent vil ikke komme som forventet.



**Hva kan gjøres:** Finn strategier for stresshåndtering som fungerer for deg enten det er meditasjon, yoga, psykologisk terapi eller andre alternative løsninger. Fokus på å optimalisere kroppens døgnytt og ta i betraktning at den er aktiv 24 timer i døgnet. Kroppens døgnytt varierer noe fra person til person, hvor man enten tenderer til å være en morggen eller kveldsperson(Chronotypa) og B menneske). Det gir et signal om og





- Overrørt >
1. Ok, omega-3 > (DHA) i kornbødder

2. Bil kart felt > på underkroppen
- økt anerkjennelse

3. Strateger > for stresshåndtering

4. God hormonbalanse > med jevn energi

5. Muskelbygging > Kvinner Vs. menn

- Om strøket >
- Kommentarer >

Når du følger din kroppsyntet så kan du også oppnå en balanse og fremme helsen. Går du mot klokska så blir kroppsyntetn forsyrt. Dette vil øke stressnivåene og bidrar til at fettreduksjon vanskeliggjøres.

#### 4. God hormonbalanse med jevn energi

Periodisk haste og restriksjoner på energinntak har en tendens til å være skadelig for kvinner mens det ser ut til å være en fordel for menn. Periodisk haste og kaloribegrensninger er et soleklart eksempel på hvordan stress påvirker kvinners metabolske negative sammenheng med menn. Begge deler virker positivt for de fleste menn i det de får lavere fettprosent, mindre betennelsesstilstander og de forbedrer også risikofaktorer for sykdom.

Utsatt er det slik at studier har vist at faste kan være skadelig for kvinners fruktbarhet. Kvinner har rapportert om både vekstøking, ubalansert blodsukkeret, søvnløshet, utbuktelse av menstruasjon og sterilitet. Når menn responderer med redusert fettprosent, tenderer kvinner med samme læring å oppleve det motsatte. Dette henger sannsynligvis sammen med kvinnekroppens respons på mangel av energikalorier! Forskere tror at kalori-restriksjoner, selv om de også er sporadiske, fører til en hormonell ubalans og øker kortisol utsondring slik at kroppen holder på fettlagrene. Responsen hos kvinnekroppen er slags forsvarsrespons for å sikre deputer til tidligere tider.

**Hva kan gjøres:** Unngå restriksjoner på energinntak dersom du trener med høy intensitet eller har en langpørring økt. Vær forsiktig med fasting. Det høres kanskje ulogisk ut, men hvis du går kroppen din nok energi med en balansert fordeling av fett, karbohydrater og proteiner så får du også en hormonbalans. Stressnivået vil være lavere og kroppen vil bli mer villig til å frigjøre fettdepotene.

#### 5. Muskelbygging: Kvinner Vs. menn

Unge kvinner har den samme mulighet til å bygge muskler som menn. Eldre kvinner ser ikke ut til å ha denne fordelten. En vanlig oppfatning er at kvinner ikke er i stand til å bygge så mye muskler som menn fordi de ikke produserer like mye testosteron. Ser man teknisk på det stemmer ikke det helt. Studier viser at protein syntesen og gen-signaler som leder til muskelbygging er tilnærmet lik mellom unge menn og kvinner. Utgangspunktet er i imidlertid ulikt. Kvinner starter gjerne med mindre muskelmasse så en 10% økning i muskelmasse vil være like mindre for kvinner enn for menn.

I tillegg er det slik at en stor økning av testosteron, som for eksempel skjer i puberteten hos unge menn eller ved inntak av steroider så øker muskelmassen, mens vekst etter trening ikke påvirkes av dette. Den treningsrelaterte veksten er koblet til treningsprestasjoner. Derimot viste en studie følgende resultater: En gruppe kvinner og menn utførte styrketrening og drakk en proteindrink etterpå. Protein syntesen var 2,7 ganger høyere for kvinner og 2,3 ganger høyere hos menn enn ved hvile. Menn hadde et langt høyere nivå av testosteron etter treningen enn kvinner, men dette hadde ingen påvirkning på protein syntesen eller gen-signalerne, noe som er de primære faktorene for å bygge muskler.



- Overrørt >
1. Ok, omega-3 > (DHA) i kornbødder

2. Bil kart felt > på underkroppen
- økt anerkjennelse

3. Strateger > for stresshåndtering

4. God hormonbalanse > med jevn energi

5. Muskelbygging > Kvinner Vs. menn

- Om strøket >
- Kommentarer >



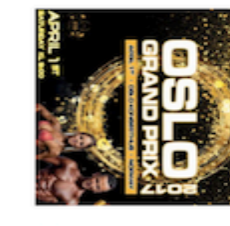
Utmøkket er eldre kvinner som har en lavere respons på styrketrening for muskelbygging. De har lavere protein syntese enn menn i samme alder og dette ser ut til å være upålitelig av om de tar proteindrinker. Her er det behov for mer forskning for å se på dosering av proteiner. Det er mulig at eldre kvinner krever et større inntak av proteiner eller mer av aminosyren leucin for ut til å gjøre ut protein syntesen som skjer hos unge og eldre menn.

**Hva kan gjøres:** Hvis du er kvinne og ønsker å øke muskelmassen er du heldig! Du kommer ikke til å se ut som en mann, men du vil være i stand til å bygge muskler på samme måten som menn for øvrig. Se på nettopp det som en fordel!

Bruk et treningsprogram basert på hypertrofi hvor du ligger på 8-12 repetisjoner og 65 til 85 prosent av 1RM for å få volum. Dersom du kun ønsker å forme kroppen med lite muskler så vil det gjøre mye for din metabolske ved å øke din fettforbrenning, også under hvile. Bruk et treningsprogram i 3-6 uker før du endrer programmet. Dette gjøres for å kombinert spjåke kroppen og unngå tilpasning som ikke bidrar til fremgang. Bruk tunge nok vekter. En av hovedgrunnene til at kvinner får lite resultater er at de bruker for lite vekter.

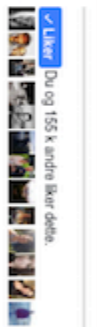
Artikkelen er levert av **Felicitia Group** som sertifiserer coacher verden over.

Kilder:  
 Klocke, William, Gaullin, Steven, Why Women Need Fat: How "Healthy" Food Diets, Such as the Atkins Diet, May Be Deleterious to Women's Health. *Journal of Nutrition*, 2008, 138, 11-17.  
 Davranoglou, K., et al. Neuroendocrine Adaptations and Serum Hormones in Response to 12-Week High-Intensity Interval Training. *International Journal of Sports Medicine*, 2010, 31, 1099-1105.  
 Klocke, William, Gaullin, Steven, Why Women Need Fat: How "Healthy" Food Diets, Such as the Atkins Diet, May Be Deleterious to Women's Health. *Journal of Nutrition*, 2008, 138, 11-17.  
 O'Connell, M. P., et al. Muscle Mass and Strength in Women and Men: A Cross-Sectional Study. *Journal of Applied Physiology*, 2009, 106, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Effect of Resistance Training on Muscle Mass and Strength in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.  
 Saha, S., et al. Estrogen C, Growth, and Body Composition in Older Women. *Journal of Applied Physiology*, 2011, 111, 1111-1117.



- 1. Øk omega 3 (DHA) i kostholdet
- 2. Eli kott fett på underroppen
- 3. Strategier for stresshåndtering
- 4. God hormonbalanse med jevn energi
- 5. Muskelbygging: Kvinner Vs menn

Om skribent >  
Kommentarer >



**OM SKRIBENT**

**Polltjuin Group**  
Polltjuin Group tilbyr sertifiserte utdannelser innen personlig trening og coaching. De tilbyr spisskompetanse med deres banebrytende og forskningsbaserte undervisning som deres trenere kan bruke på sin klientell umiddelbart.

**LES OGSÅ**

**Den store aminosyreguiden**  
AMINOZYKLER  
29.04.2017

**Vil du ha vaskebrett til sommeren?**  
KJØP VASKEBRETT  
29.04.2017

**Kommer snart...**  
01.01.1970

Hvite aminger passer deg best?

Her har du enkle og program som du matemudrene til å "poppe"!

**Kommer snart...**  
01.01.1970

**Kommer snart...**  
01.01.1970

**Kommer snart...**  
01.01.1970

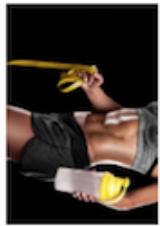
**KOMMENTARER**

0 kommentarer

Sorler eller **«Liste»**



**Bytt ut pannekakene med tykke proteinrike lapper**  
ROSKRIBENT 27.04.2017 49 245



**Den nest beste dietten**  
ROSKRIBENT 26.04.2017 49 165



**Gym Falls Compilation**  
RITZKRIK 25.04.2017 49 34

4 oppskrifter på lunsjstole proteinrike lapper.

**OM OSS**

**SIDEBART**

Trening	1128	Fitness	398
Stroengram	298	Syreflecht	384
Kosthold	979	Resultater	213
Intervjuer	731	Arbeid	4190

**BANNERKATEGORIER**

monosom	78	Interntu	162
bodyfitness	68	forogrovan	11
forolympa	15	parnikske	14
video	13	teknifness	70
ran	15	teknif	13
athletic fitness	47	kolosterol	11
mens physiqua	28	biket fitness	54

**Instagram**  
@Treningssentrum, kjøpering uten anstet er ikke blatt.  
Ansvarelig redaktør: Joachim Pedersen  
Kontakt oss: Annonsering Om  
vi ønsker det magasinet? Vi ønsker det magasinet? Vi ønsker det magasinet? Vi ønsker det magasinet?



## Menn som trener hardt mister håret tidligere

FRÅZEPUB © 27.05.2016 · Fråsa Sjundeberg · 11982

Hår tung styrketrening og hårtap hos menn en sammenheng?

Hårtap | styrketrening | krean | 39

Del på Facebook | 1592

Menn som trener hardt og mye kan miste håret tidligere hverder en brinsk lege. Blide menn og kvinner mister 100-150 hårtdr om dagen, men mange mister mer, noe som gjer at håret kan tynnes ut og det kan gå utover mannen. Håravfall skyldes i de fleste tilfeller arv og er genetisk betinget. Forskere mener at hirssten også spiller en stor role som , trening, kosthold, stress og søvn. De har blant annet funnet ut at mangler på visse vitaminer og styrketrening kan gi hårtap.

Ullge Dr Thomy Kouremada-Zogza som jobber med hårtransplantasjon ved Klinikken Harley Street, forteller at det vært en økning hos menn som har opplevd økt håravfall på grunn av bruk av kreanin og styrketrening.

**MID SEASON SALE**  
TRENINGSKLÆR  
SE HER  
GymCrossStiel.com  
LES OGSÅ

Overskrift >  
> Kreatin og trening - hårtap?  
> Mat for sunt hår:  
> Om styrketrening  
> Kommentarer >

Klinikken Harley Street, forteller at det vært en økning hos menn som har opplevd økt håravfall på grunn av bruk av kreanin og styrketrening.

### Kreatin og trening - hårtap?

Testosteron i kroppen produserer et kjemikalie som kalles DHT, produseres det for mye av dette kjemikalie kan det føre til hårtap, sier Dr Kouremada-Zogza til Express UK. Kreanin øker dihydrotestosteron med over 60%. Derfor kan det være lurt for de som er disponible for håravfall og kutte ut dette.

MK skriver videre at det er dihydrotestosteron (DHT) som er den store synderen. DHT hemmer hårets vekst. DHT er et hormon som produseres naturlig i kroppen, og er en metabolt av testosteron, som omdannes til DHT.

Det må understrekes at trening og kreanin ikke fører til håravfall i seg selv, men at de som er disponible for hårtap kan ha større sjans for at prosessen skjer.

Interessert nok ut den akkuratsermen menn gjer på treningsstudioet potensielt påvirke håravfall. Mens tung styrketrening vil øke testosteronnivåene i blodet og kan føre til håravfall, vil yoga og lett trening redusere nivåene av DHT i blodet og virke positivt på hårtanken. Kostholdet spiller en utrolig viktig role for helsen din. Spis sunt, næringsrikt og balansert. Få i deg alle næringsstoffene (protein, fett, og karbohydrat) og viktige mineraler og vitaminer.



### Mat for sunt hår:

1. Egg  
Egg er svært proteinrike og inneholder omega 3, vitamin D, selen (et viktig mineral for hårvekst), kollin, jern, vitamin A og B.

2. Quinoa  
Quinoa er et proteinrik mat som har et høyt proteininnhold og inneholder alle de essensielle aminosyrene og er spesielt rikt på aminosyren lysin.

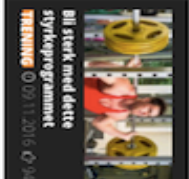
LES OGSÅ



Vil du ha vaskbrett til sommeren?  
FRÅZEPUB © 20.04.2017



De beste styrkeøvelsene for å bli god i langrenn.  
FRÅZEPUB © 25.11.2016 · 25



Bli sterk med dette styrkeprogrammet.  
FRÅZEPUB © 03.10.2016 · 94

Det perfekte programmet for jenter.  
FRÅZEPUB © 31.10.2016 · 555

399,-  
JUNK & LETTVEKTBLENDE  
FRÅ KATEGORIEN Vis alle



Bli fit med uterentlig HIRZEPUB © 28.04.2017 · 93



Overstyrer >  
Kreatin og trening - hattrap >  
Mat for sunt >  
hår:  
Om skribere >  
Kommentarer >

3. Laks  
Animale proteiner er svært viktig for hjernebrenn. Laks inneholder mye av dette, i tillegg til Omega-3 og vitamin D - som er godt for hodebunnen.

2. Sardiner, makrell, og annen fet fisk  
Av samme grunn som du burde spise laks, inneholder disse sunne fettsyrer og fulvverdige proteiner.

3. Torsk  
Om du blir lei av fet fisk, er torsk også et alternativ. Inneholder protein, som bygger og vedlikeholder alle kroppens celler. Vitamin D, som er nødvendig for å vedlikeholde og styrke håret. Vitamin B12, som er viktig for at kroppen skal danne nye celler og er gunstig for produksjon av hjernevet.

4. Kylling  
Mer proteiner! Her finner man også sink, jern og vitamin b12, noe som bidde kan være med på å øke hårvoksten og å redusere hattrap.

5. Linser, bønner og erter  
Er du vegetariker er dette et godt alternativ. Her finner man blide protein, jern, sink og biotin.

6. Søtpoteter  
Her finner man beta-karoten, som kroppen konverterer til vitamin A. A-vitamin hjelper håret på cellenivå.

7. Gulrøtter  
En annen god kilde til beta-karoten akkurat som søtpoteten.

8. Blåbær  
Inneholder masse C-vitaminer som gir næringsstoffer til hårskakkene og virker oppbyggende og styrker bindetivet rundt hårskakkene.

9. Spinat  
Spinat kalles ikke «supermat» for ingens grunn. Spinat inneholder blide jern, beta-karoten, C-vitamin og folat, som alle gjør godt for hår og hodebunnen.

10. Brokkoli  
Inneholder mange av de samme næringsstoffene som spinat, blant annet masse jern.

Kilder:  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19141118  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062  
http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20112062



### EMNERNAGGER

- monsom 76 intervju 1192
- bodyfitness 68
- strogrovt 111
- fibu pro 11 nr olympia 15
- paradeklat 16 video 132
- bikerefitness 70 rom 135



Overstyrer >  
Kreatin og trening - hattrap >  
Mat for sunt >  
hår:  
Om skribere >  
Kommentarer >

Mat for sunt >  
hår:  
Om skribere >  
Kommentarer >

Frøde Skjensberg  
Frøde er faglig ansvarlig og formidler av budskapet på en forståelig og trygg måte. Hun er utdannet fysioterapeut og korrektor gjennom Active Education. Frøde er skreddersydd oppgaver av konsult og er også selv aktiv med trening.



### LES OGSÅ



Vil du ha vaskeløst til sommeren?  
FRYTRICKS4 29.04.2017



Den store amhiiosyreguiden  
FRYTRICKS4 29.04.2017



De beste styrkesøvelsene for å bli god i Langrenn  
FRYTRICKS4 25.11.2016



- Overført >
- Kreatin og trening - høringsrapport >
- Mat for sunt hår >
- Om skolebuss >
- Kommentarer >

**KOMMENTARER**

0 kommentarer

Søker etter:  **Elstis**



Laug til en kommentar...

Facebook Comments Plugin

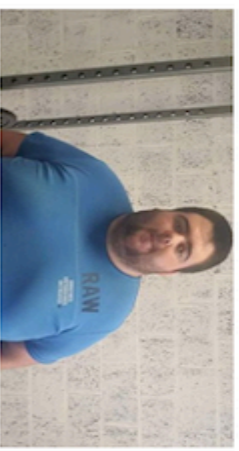


**MID SEASON SALE**  
TRENINGSKLÆR

**SE HER**

**GymGrossisten.com**

**SISTE SAKER PÅ FORSIDEN**



Slanket bort 127 kg - fikk jobb og klarer seg



Blit fit med utetrening

28.04.2017 93



**Bytt ut pannekakene med tykke proteinrike lapper**

27.04.2017 245

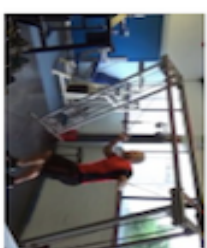
4 oppskifter på fantastisk proteinrike lapper.



**Den nest beste dietten**

26.04.2017 165

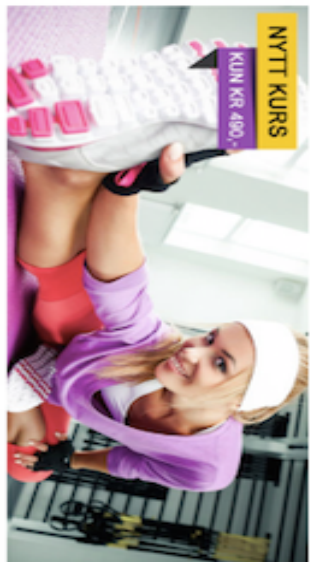
His du ikke klarer det beste, hva med det nest beste?



**Gym Falls Compilation**

25.04.2017 84

Her går det sikkert gale!



**NYTT KURS**

KUN KR 490,-

**X-SHAPE CHALLENGE**  
30 dag 21

ET OPTIMALT VERKTØY FOR Å NÅ BEKJENTET VÅR MÅL: VÆRDI AV 1000000 V/1000000 KJØBENDE

**SHOP HER**

**OM OSS**

**SIDELISTE**

Trening 1128 Fitness 398

Strengman 298 Syrelekt 384

Kosthold 979 Resultater 213

Trerogur 731 Aktiv 4190

**EMNEMAGGER**

Imorsom 126 | Intervju 1162

Bodyfitness 88

Strengmann 11 | Feb pro 11

mr olympia 15 | panneniske 14

vidro 13 | biterfitness 10

rom 55 | bedne 13

athletic fitness 107

holstervel 111

mens physique 28

bokn fitness 54



## Så mye muskler får jenter av å løfte vekter

ESTETISKA @ 28.01.2014 · Joachim Pedersen · 1929

Ikke vær redd for å ta i på trening, jenter! Så mye muskler får du av løfte vekter.

Strykeretning: 371 Jenter 21 Fitness 571 Bli en fitness 596

f Del på Facebook 1099

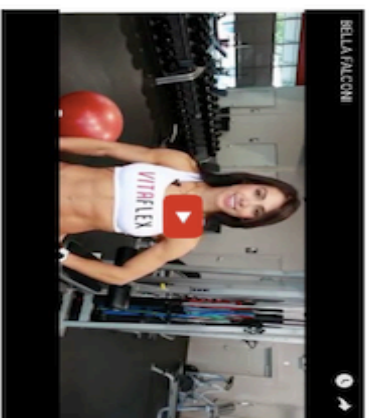
Bella Falconi er 27 år gammel, 160 cm høy og veier 52 kg.

Hun har trent vekter i 10 år siden hun var 17 år gammel hvor hun har trent hardt, tungt og målrettet. Hun har en slank og markert kropp. Spesielt magemusklene er fremtredende, men hun er ikke stor og muskuløs som mange jenter tror de blir når de trener styrketrening. Det tar årevis med seriøs trening!

Hvis du redd for å ta i på trening så bør du tenke på Bella når du trener som i en årrekke har trent hardt og tungt for å få denne kroppen her. Ikke vær redd for å ta i på trening, jenter! Ta i - det tar tid å bygge muskler.

**MID SEASON SALE**  
**TRENINGSKLÆR**  
 SE HER  
 For Athletes. By Athletes  
**GYMGRØSSISTEN.COM**  
 LES OGSÅ

Overskrift >  
 Om skribent >  
 Kommentarer >



Les denne artikkelen om jenter og styrketrening.

Strykeretning: 371 Jenter 21 Fitness 571 Bli en fitness 596

f Del på Facebook 1000

✓ Likar Du og 155 Xandra Bør delte.



OM SKRIBENT

**Joachim Pedersen**



Joachim har vært amatøriftnudatler siden han startet opp Treningforum i 2001. Han begynte å trene vekter i ungdomsårene og har over 15 års erfaring med trening og kosthold. Joachim har lang larstad trenen ftreidderansjen og brenner for det han driver med.

**MID SEASON SALE**  
**TRENINGSKLÆR**  
 SE HER  
 For Athletes. By Athletes  
**GYMGRØSSISTEN.COM**



Wilt du ha vakkerhet til sommeren?  
 ESTETISKA @ 29.04.2017



Da beste styrkerørelsene for å bli god i langrenn  
 ESTETISKA @ 25.11.2016 · 25



Bli sterk med dette styrkeprogrammet  
 ESTETISKA @ 09.11.2016 · 94



Det perfekte programmet for jenter  
 ESTETISKA @ 31.10.2016 · 559

**399,-**  
 LINK ESTETISKA  
 Gym på fylls kompilasjon  
 ESTETISKA @ 28.04.2017 · 99



Bli fit med styrketrening  
 ESTETISKA @ 28.04.2017 · 99

Gym på fylls kompilasjon  
 ESTETISKA



Overblik >

Om skribent >

Kommentarer >

LIS OGSA



Vil du ha vaskelrett til sommeren? [KIKS2014](#) 29.04.2017



Den store antihydrogen guiden [KIKS2014](#) 29.04.2017



De beste styrkeøvelsene for å bli god i langrenn [KIKS2014](#) 25.11.2016 25



Utsjkle stor muskuløst med denne styrketreningseto [KIKS2014](#) 18

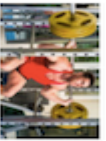
Her har du enkle og program som du kan bruke til å bygge opp kroppen din!

Hvile antrener passer deg best!

Her er de beste styrkeøvelsene for å bli en bedre løper!

EMNEKATEGORIER

- muscum 76 | linnetju 1362
- bodyfitness 68
- strongwoman 111
- fitb pro 111 | nr olympia 15
- parnskole 161 | ydoo 132
- beredness 20 | renn 115



Bli sterk med dette styrkeprogrammet [KIKS2014](#) 09.11.2016 94



Det perfekte programmet for jenter [KIKS2014](#) 31.10.2016 535



9 grunner til at kvinner ikke burde trene som menn [KIKS2014](#) 29.08.2016 200

Se hvordan du kan bli sterk med å trene 4 ganger i uka

Stærk, feminin og vel trent.

Her får vi deg 9 måter hvordan kvinner egentlig bør trene.

KOMMENTARER

0 kommentarer

Sorter etter Eldste



Lag et kommentar

Facebook Comments Plugin



Overblikk >

Om skribent >

Kommentarer >

Kjennestabilitet - har du glemt korsryggen? [KIKS2014](#) 24.04.2017 99

**MID SEASON SALE**  
TRENINGSKLÆR

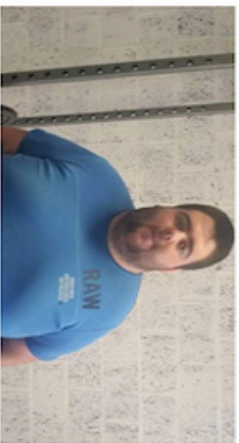
APRIL 1<sup>ste</sup> APRIL 30<sup>de</sup> 2017

**OSLO 90 GRAND PRIX 2017**

SE HER

GYM GROSSISTEN [www.gymgrossisten.com](http://www.gymgrossisten.com)

SISTE SAKER FRA FORSIDEN



Slanket bort 127 kg - fikk jobb og kjæreste [KIKS2014](#) 29.04.2017 270

Se hvordan han ser ut nå i video!



Bli fit med utetrening [KIKS2014](#) 28.04.2017 93

Det er de varmeste i varmt sjøen om dagen og system til å være mer ute mer seg!



Bytt ut pannekakene med tykke proteinrike lapper [KIKS2014](#) 27.04.2017 245

4 oppskifter på fantastisk proteinne lapper!



Den neste beste dietten [KIKS2014](#) 26.04.2017 165

Hvis du ikke klarer det beste, hva med det neste beste?



Gym Falls Compliation [KIKS2014](#) 25.04.2017 84

Her får det slanking gait!

**Slanket bort 127 kg - fikk jobb og kjæreste**  
**HD37373737** 29.04.2017 210  
 Se hvordan han ser ut nå. Utrolig!


**Bytt ut pannekakene med tykke proteinrike lapper**  
**FD35737373** 27.04.2017 245  
 4 oppskifter på fantastiske proteinrike lapper.

**Den nest beste dietten**  
**FD35737373** 26.04.2017 165  
 Har du also klarer det beste hva med det mest beste?

**Gym Falls Compilation**  
**KE37373737** 25.04.2017 84  
 Her går det skikkelig godt!

**Bil fit med utetrening**  
**KE37373737** 28.04.2017 93  
 Det er vår, varmere i været, lysere om dagen og system til å være mer ute melder seg.

**NYTT KURS**  
**KUN KR 490,-**



**X-SHAPE CHALLENGE**  
 ST. and JI  
 SE HOVE SLANK  
 ET OPTIMALT VINKELTIL FOR Å FÅ RESULTATENE  
 VÅR MED VIKT  
 VITENSKAPLIG  
 V/ FORBETTERE FETT

**SHOP HER**

---

**OM OSS**

**Treningsforum**  
 @Treningsforum Kjøper og selger utrustning og annet utrustning  
 Ansvarlig redaktør: Joachim Pocherren  
 Teknisk ansvarlig: Nicola Gjærum  
 Kontakt oss: Annonsering - Om oss  
 Gjelder det magasinet? Treningsforum/magasinet/

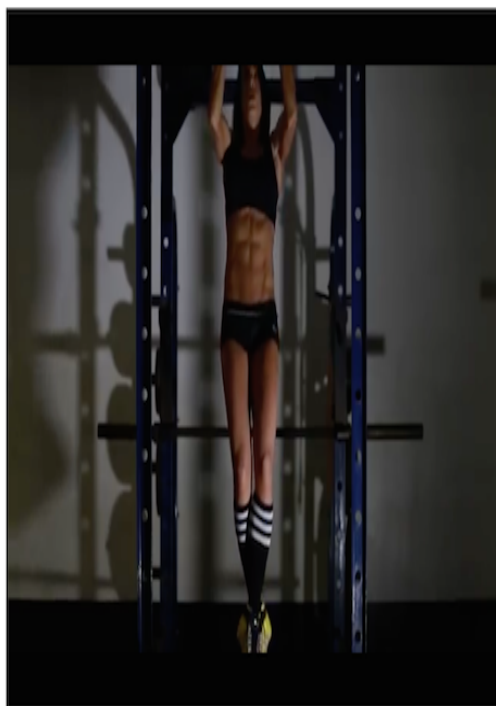
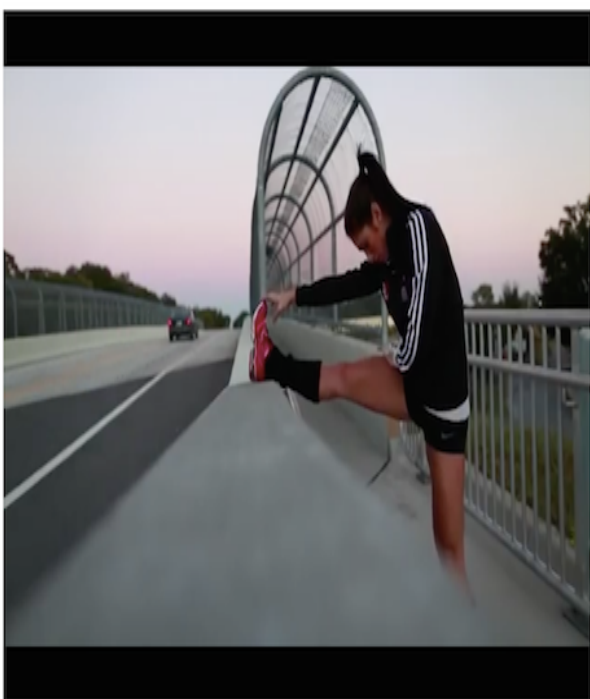
**SIDEKART**

Trening	1128	Fitness	398
Strongman	298	Syrrøker	384
Kosthold	979	Revolusjoner	213
Intensiv	731	Arbeid	4190

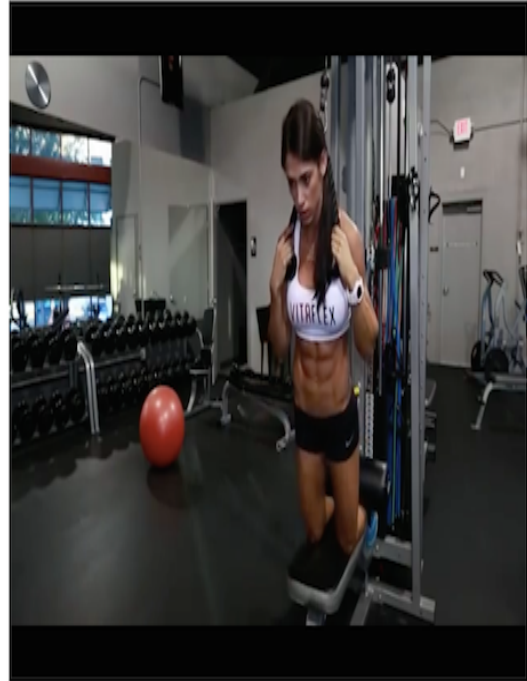
**BAKGRUNNLAGGER**

moroom	270	Intervju	150
bodyfitness	58		
strongman	11	1750 pro	11
me olympia	15	journalistikk	14
skid	13	behovs	120
rom	15	ledelse	13
athletic fitness	47		
kollektiv	11		
meta physical	128		
liten fitness	54		

Klipp fra video i artikkel 3. For fullverdig versjon: søk *Så mye muskler får jenter av å løfte vekter* i søkefeltet på [Treningsforum.no](http://Treningsforum.no)







**Treningsforum.no**

HJEM KATEGORIER MEDIA FORUM MAGASINET ARKIV **10** år

Om slettet >

Om slettet >

Kommentarer >



## Dette kan doping føre til

REIZINTVA 06.09.2013 Joachim Pedersen 7915

Se video av Ditlev som misbrukte anabole steroider.

Oppring 111 anabole steroider 11

Del på Facebook 7915

Ditlev Traasdal Madsen ble født i Norge, av norsk mor og dansk far. Det meste av livet har han bodd i Danmark.

I 13 år har han misbrukt anabole steroider og det har kostet ham 450 000 kr, men prisen han har måttet betale kan ikke måles i kroner og øre.

Se denne sterke videoen nedenfor.



**Overskrift** >

Om slettet >

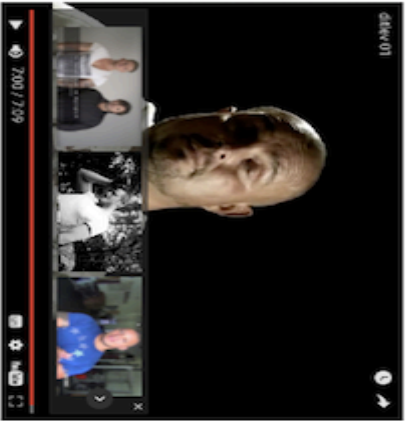
Kommentarer >

4007 219

Er du i mot anabole steroider? Lik og del denne artikkelen.

Oppring 111 anabole steroider 11

Del på Facebook 7915



**OM SKRIBENT**


**Joachim Pedersen**

Joachim har vært ansvarlig redaktør siden han startet opp Treningsforum i 2001. Han begynte å trene vekter og kondisjon Joachim har lang fartstid innen fitnessbransjen og trener for det han driver med

**LES OGSÅ**


**Vil du ha vaskerbrett til sommeren?**

ARTIKKEL 31 29.04.2017




**Foreldrerollen, unges prestasjonspress og treningsavhengighet**

REIZINTVA 20.01.2017 10




**Artid Haugen innremmer dopingbråk og advarer på andre**


STROEMEN 16.01.2017



**9 dopinggatt under NM i Koppbygging og Fitness**

REIZINTVA 01.04.2016 441






**PRÅ KATEGORIEN**


Vil du ha vaskerbrett til sommeren?

ARTIKKEL 31 29.04.2017



**UNK EFTREBERING**

399,-



**LES OGSÅ**



**Vil du ha vakkere titt sammen?**  
 FKXNKKX34  
 29.04.2017



**Den store aminosyregulden**  
 FKXNKKX34  
 29.04.2017



**Foreldrerollen, unges prestasjonspress og treningsavhengighet**  
 FKXNKKX34  
 29.04.2017

Her har du evlter og program som gir magnumsklere til å 'poppe'!

Hvite aminosyrer passer deg best?

Hva planer de unges holdninger til prestasjonsfremmende midler?

FKXNKKX34  
 25.04.2017 84



**Kjennestabilitet - har du glemt korrig?!**  
 FKXNKKX34  
 24.04.2017 99

**Utvikle stor muskelvekst med denne styrketreningmetoden**  
 FKXNKKX34  
 20.04.2017 118

**BAKGRUNN**

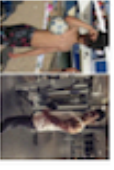
mezzom 126 | intervju 1162  
 bodyfitness 68  
 strongwoman 111  
 ribb pro 111 | tre olympia 115  
 gurrendale 160 | video 139  
 biofitness 70 | nem 115



**Arild Haugen innrømmer dopingbruk og advarer nå andre**  
 FKXNKKX34  
 16.01.2017 225



**9 deplinger under NM i Kropssbygging og Fitness**  
 FKXNKKX34  
 01.04.2016 441



**Polletet kom på dera etter at Mebrad (18) trente på seg 11 kilo muskler**  
 FKXNKKX34  
 09.02.2016 1439

Arild Haugen holder i dag foredrag og treruler sin egen erfaring til foreldre og doping.

Det ble foredraget deplingerrollen under NM i fjor.

De mistenkte at Mebrad brukte doping.

11 kommentarer

Sorter etter **Edste**



Legg til en kommentar ...

**Richard King-riche Nilsen**

Jeg syns synd på han uanset om det er dant og bruke anabole steroider jeg syns at han togner et tryk iv og syns at familien kunne ta kontakt med han

Liker Svar 19 - 6. september 2013 13:14



Linda Jaanette Blindheim - Jobber for MY SELF

Liker Svar 6. september 2013 13:23



Helz Fredrik Meyer - Universitet i Agder - USA

Heavy!!! Er selv glad for at jeg trener rent, men får vondt av han her som må lde så alvorlige konsekvenser av de valga han har tatt ☹️ fariige greier disse steroidene...



Overstilt  
 Om srbent  
 Kommentare

**Audflla Dale** · Lynghol, Norway  
 YOLO

Liker Svar 6. september 2013 13:38



**Bjorn Fredrik Laibbe** · Fot Soldat hos Eversykkere

Hvor blir det av anti alkohol og fast-food kampagne? Dette som flere andre steder og hva som har skjedd med den fyrn her er ppa MSBRUK og ikke bruk Han som alle andre som midlerer noe som helst har kun seg selv å klarte. Det iv, dne valg Deid with it!

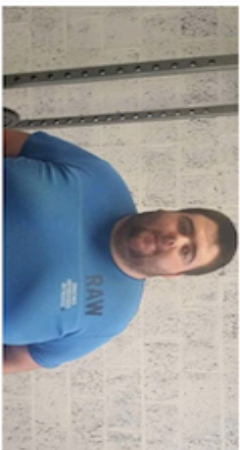
Liker Svar 6. september 2013 14:18

Last inn 6 kommentarer til

Facebook Comments Plugin

**MID SEASON SALE**  
**TRENINGSKLÆR**  
**SE HER**  
 GYNTRENERE BY ARVIDEN  
 GYNTRENERE BY ARVIDEN

**SISTE SAKER FRA FORSIDEN**



**Slanket bort 127 kg - fikk jobb og kjæreste**

FKXNKKX34  
 23.04.2017 720

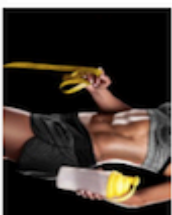
Se hvordan han ser ut nå. Utrolig!



**Blit fit med utetrening**

FKXNKKX34  
 28.04.2017 93

Det er vår varmeste løstet, kjere om dagen og lysten til å tren mer ute midler seg





**Slanket bort 127 kg - fikk jobb og kjæreste**  
**FRØSØHN** 29.04.2017 210  
 Se hvordan han ser ut nå. Lene!

**Bli fit med utetrening**  
**FRØSØHN** 28.04.2017 93  
 Det er ikke verken i løp, i svante, i svante om dagen og i svante til å være mer ute med deg.

**Bytt ut pannekakene med tykke proteinrike lapper**  
**FRØSØHN** 27.04.2017 245  
 4 oppskifter på fantastisk proteinne lapper.

**Den nest beste dietten**  
**FRØSØHN** 28.04.2017 165  
 Hvis du ikke klarer det beste, hva med det nest beste?

**Gym Falls Completion**  
**FRØSØHN** 23.04.2017 94  
 Her går det sikkert godt!

**NYTT KURS**  
**KJØN KR 490,-**  
  
**X-SHAPE**  
20 med 44  
**CHALLENGE**  
20 med 44  
 ET OFFISJELLT TRENERFORÅR FOR Å HA BESTE LITTE!  
 VÅR MED VIKER  
 VÅRIS KJØNNE  
 VÅRIS KJØNNE  
**SHOP HER**

**OM OSS**

**Treningsforum**  
 @Treningsforum, kjøpering uten avtale er ikke tillatt.

Ansvarlig redaktør: Joachim Pedersen  
 Teknisk ansvarlig: Nicolai Gjerum  
 Korrespondent: Ann-Sofie - Om oss  
 Gleder det mest? treningsforummagasin/

**SIDEBAR**

Terning	1128	FRØSØHN	398
Strongman	298	Synneleik	384
Korshold	979	Rensdaler	213
Intervjuer	731	Arhiv	4190

**BILDERGALLERI**

moonroom	78	Intervju	162
bodyfitness	88	lbu pro	111
strongwoman	111	parade	14
nr olympia	15	bernliness	70
sm	15	leone	13
athletic fitness	47	kolera	11
miss physique	78	blom fitness	54

Klipp fra video i artikkel 4. For fullverdig versjon; søk *Dette kan doping føre til* i søkefeltet på [Treningsforum.no](http://Treningsforum.no)



