

Kommunikative Funktioner

INDHOLDSANALYSE

- på tværs af medier



Henrik Juel

September 2018

Kommunikation er meget mere end udveksling af sand/falske deskriptive udsagn (fakta)

Når vi kommunikerer gør vi i princippet altid

6 forskellige ting på een gang:

- vi viser også noget om os selv *emotiv funktion* SYMPTOM
- vi fortæller om noget (et emne, ”verden”) *referentiel* SYMBOL
- vi forsøger at påvirke den vi henvender os til *konativ* SIGNAL
- vi viser hvordan vi har det med hinanden *fatisk* SOCIAL
- vi leger med sprog- og designmulighederne *poetisk* SANSELIG
- vi kommenterer/reflekterer det hele *metakommunikativ* SYSTEMISK

communicatio

Etymologisk: noget med fællesskab, at mødes og dele med hinanden

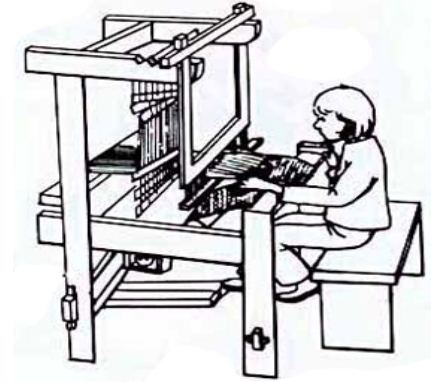
Kommunikation er ”en interaktion mellem personer”



Interaktionen kan ske via ansigtsudtryk, tale, skrevne tekster, billeder, film, sites, udstillinger osv.

I fagterminologi kaldet ”*tekster*”, værker, medieprodukter – som vi kan planlægge/undersøge/teste (mere eller mindre kontekstuel)

Textus = væv



- "Tekster" rummer betydning (dvs udtrykker, materialiserer eller oplagrer mulig kommunikation)
- En udstilling med forskellige tekster, fotos, film og rum kan godt analyseres som én sammenhængende "tekst": udstillingen ses så som et samlet kommunikativt produkt
- En "tekst" består (ligesom et stykke tekstil) ofte af flere "tråde", "farver" og "lag".

Kommunikation er en interaktion mellem personer via “tekster”



Fx. tale – skrift – billeder – film – hypertext
(Sites og udstillinger fx)

Indholdsanalyse (fænomenologisk) er en undersøgelse af, hvordan en udvalgt “tekst” fremstår (er udformet, viser sig)

Indholdsanalyse ser ikke på andet end teksten selv



Fx. tale – skrift – billeder – film – hypertext
(Sites og udstillinger fx)

Fx er afsenders gode intentioner
og modtagernes faktiske reception
principielt ligegyldig her – i første omgang!
Vi isolerer teksten som et fænomen med særlige
træk, som vi kan pege på og diskutere betydningen
af med andre (faglige kolleger fx)

Mere om hvad der (ikke) tæller i indholdsanalyse!

Hvad hører med til **indholdsanalyse** af en specifik film?

avisens tv-oversigt kalder det er en “dokumentar”
dit interview med instruktør
filmanmeldelser
oplysninger om faktiske optagested
oplysninger om at medvirkende blev betalt
politisk debat i forbindelse med filmen
din kærestes umiddelbare reaktion
hvem betalte for filmen
målgruppens reaktion
reaktioner i udlandet

Svaret er: intet af det her!

Indholdsanalyse:

Hvad der bliver sagt!

Analyse af værkets form:

Den konkrete udformning og de virkemidler, som vi kan konstatere er tilstede i medieproduktet

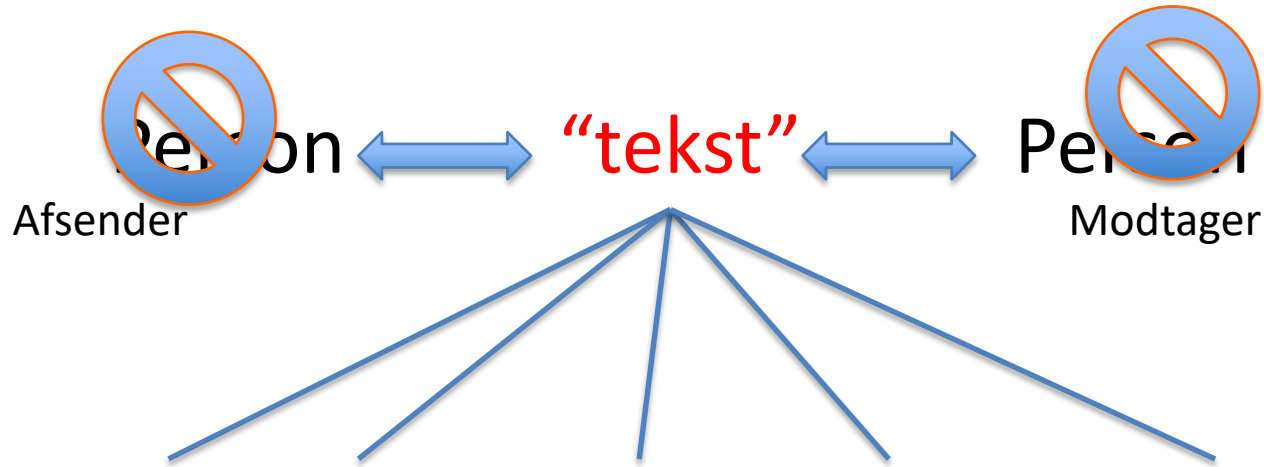
Receptionsundersøgelse:

Hvordan det bliver hørt!

Undersøgelse af publikums reaktion:

En given målgruppes faktiske opfattelse og forståelse/brug af medieproduktet

Fremgangsmåde (metode) ved indholdsanalyse



Fx. tale – skrift – billeder – film – site, udstilling

- 1) Vi afgrænser og "isolerer" den tekst (det produkt) vi vil undersøge, og noterer os vores første umiddelbare indtryk, undren, stemning
- 2) Selve analysen: Vi undersøger hvad der er til stede af elementer, former, strukturer, træk og tegn
- 3) Vi fortolker og "re-kontekstualiserer", sammenligner evt. med teksteksterne oplysninger (hvad afsender selv siger andetsteds om sine intentioner, faktisk reception hos målgruppe osv)

Generelle analyse-greb som kan gå på tværs af medier:

logos, ethos, pathos (Aristoteles)

emotiv, referentiell, conativ, fatisk, poetisk og meta-kommunikativ (Jakobson/Juel)

(Hverken billeder eller udsagn er kopier af virkeligheden – men det er den positivisme som stadig hjemsøger os)

Appel-formerne

Emnet

Logos (saglighed,
info, beviser)

bevise

Taleren

Ethos
(karakter,
troværdig-
hed)

Fronesis (viden)
Areté (dyd)
Eunoia (velvilje)

behage

Publikum

Pathos
(følelse,
stemning)

bevæge

Roman Jakobson's første model:

drejer sig om elementerne i en kommunikation

(de, som normalt antages som nødvendige betingelser)

og er egentlig en ganske almindelig "transportmodel"

Kontekst

Afsender

Tekst*

Modtager

Kontakt

Kode

* I originalen står "message"

– hvilket her *ikke* må oversættes til "budskab"

Roman Jakobson's anden model:

nu går vi *ind i "teksten"* og undersøger, hvad den selv
"peger" på

*(kan læses fænomenologisk-hermeneutisk som et møde med teksten og
en tolkning af betydning – hvad peges der på - inde fra teksten)*

Referentiel

Emotiv

Poetisk

Konativ

Fatisk

Metalinguistisk

Igen igen

Kommunikation er meget mere end udveksling af sand/falske deskriptive udsagn (fakta)

Når vi kommunikerer gør vi i princippet altid

6 forskellige ting på een gang:

- vi viser også noget om os selv *emotiv funktion* SYMPTOM
- vi fortæller om noget (et emne, ”verden”) *referentiel* SYMBOL
- vi forsøger at påvirke den vi henvender os til *konativ* SIGNAL
- vi viser hvordan vi har det med hinanden *fatisk* SOCIAL
- vi leger med sprog- og designmulighederne *poetisk* SANSELIG
- vi kommenterer/reflekterer det hele *metakommunikativ* SYSTEMISK

Seks Kommunikative Funktioner indlejrede i verbalsproget

- **Emotiv** SYMPTOM Pyh, hvor jeg har det varmt
- **Referentiel** SYMBOL Her er 25 grader varmt
- **Konativ** SIGNAL Luk vinduet op
- **Fatisk** SOCIAL Goddag kære venner!
- **Poetisk** SANSELIG En snegl på vejen er tegn på regn
- **Meta-linguistisk** SYSTEMISK Ordet "systemisk" har jeg lånt fra Luhmann (eksempel på meta-planet)

Kan overføres fra verbal kommunikation til andre medier og non-verbal kommunikation

6 kommunikative funksjoner – på fingrene

Mig: tommel *emotiv*

Dét der: pege *referentiel*

Fuc*!: lange *konativ*

Os to: ring *fatisk*

Poetisk leg: lille *poetisk*

Om det hele – hele hånden
metakommunikativ



“Sandhed og Metode”

- Principielt se efter alle funktioner altid
- Fornemme, hvad der er fremtrædende
- Fortolkning, men også en faglig undersøgelse som kan gentages, diskuteres og afstemmes med andre



POLITI

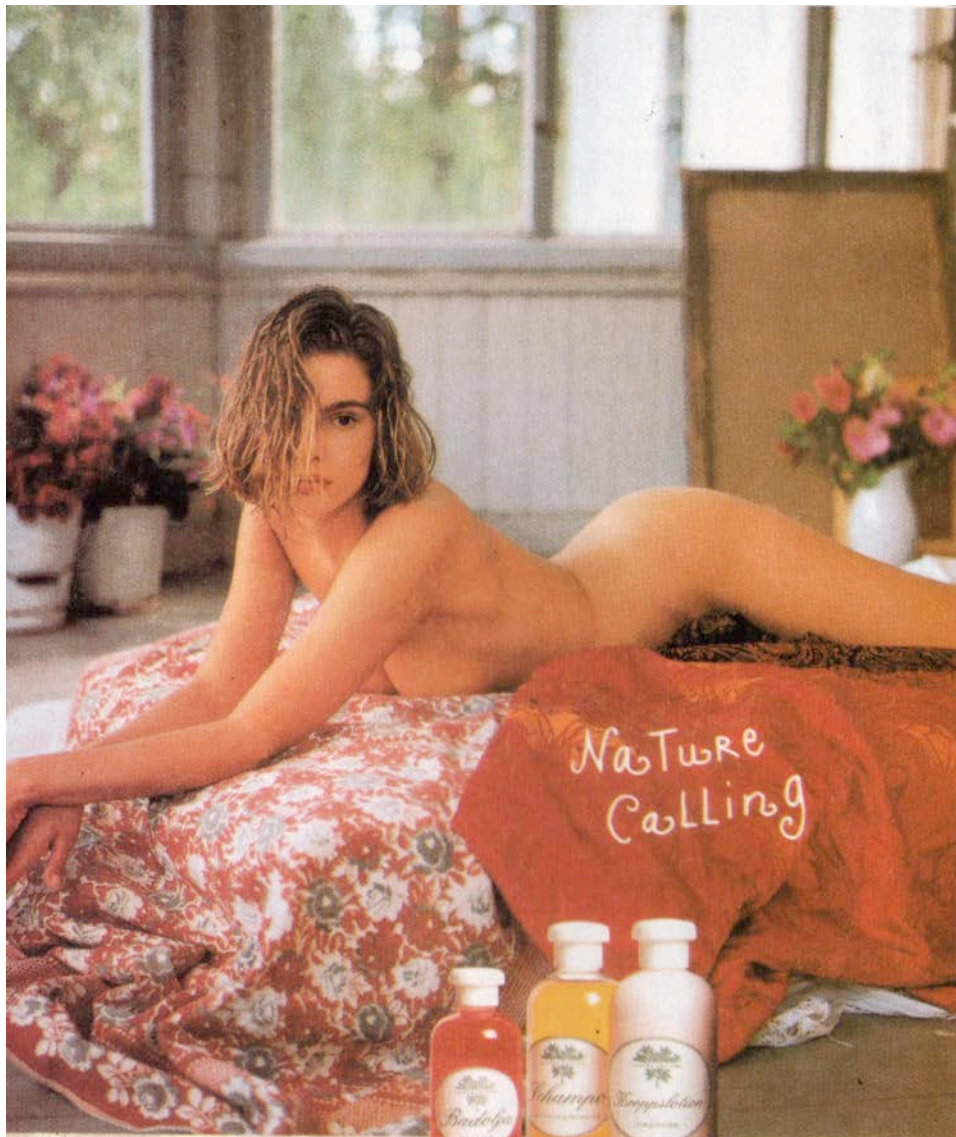
Er du i form til uniformen?



Se den nye fysiske prøve på blivpolitibetjent.dk
Tjek også om dine studiekompetencer er i form
og prøv den nye skriftlige opgave på hjemmesiden.
Her kan du også se efterårets jobinformationsmøder.
Husk tilmelding.

blivpolitibetjent.dk





I Nature Calling, H&M's naturlige sk nhedsserie, finder du et bredt udvalg af produkter, der kan nydes med hele kroppen. Og naturligvis til priser, der tager sig smukt ud p  ethvert sk nhedsbudget. Badeolie eller shampoo **19.95**. Bodylotion **24.95**.

H&M

COSMETIC

TEL: 33 14 06 77
HENVISER TIL N RHEDESTEDET

Indenfor
1000
1994

Velkommen til nye studerende

[Find uddannelse >](#)

Fremgangsmåde:

(eller metode, og disposition i opgaver)

0. Undren, **problemformulering** – hvad sker der her i denne tekst/udstilling?
1. Umiddelbare indtryk (**fænomenologisk**)
2. Analyse af enkeltdele (**mediefaglig tekstanalyse**)
(horisontalt / vertikalt, endevende, “fremmedgøre”, gentage, se efter virkemidler, formidlingsteknikker, de 5 sanser, de 6 komm-funktioner, appelformerne, mm)
3. Sammenfattende fortolkning (**hermeneutisk**)
(helhedsvurdering)
4. Kontekst og perspektivering – svarer det til intentioner? Hvordan bliver det så modtaget? (**kommunikationsfaglig vurdering, forberede receptionsundersøgelse**)

Referencer

- Roman Jakobson: “Closing Statements: Linguistics and Poetics” i *Style in Language* ed. Thomas A. Seabeok, M.I.T. Press, 1960 (Konference 1958, Indiana University).
- Diverse artikler på min (Henrik Juel’ s) hjemmeside:

<http://www.henrikjuel.dk/>