

1 Vis hvordan ulike språkfunksjoner er representert i dette utdraget fra en annonse:

Endelig blir det enkelt å lade elbilen hjemme.
Med hjemmelader fra Circle K blir det lett, kjapt og oversiktlig å lade elbilen hjemme i egen garasje.

Pensumlitteraturen presenterer flere teorier om språkfunksjoner, en basert på Bühler (i Svennevig) og en basert på Jakobson (i Hellum). I tillegg vil det kunne være aktuelt å trekke inn Hallidays metafunksjoner, men dette er ikke eksplisitt etterspurt i oppgavelyden. En besvarelse bør kunne bruke en av disse teoriene til å få fram ulike språkfunksjoner i tekstutdraget. En framstilling basert på Svennevig vil for eksempel vektlegge det ekspressive i adverbet «endelig» og i de positivt ladde adjektivene «enkelt», «lett, kjapt og oversiktlig». Den mellommenneskelige funksjonen er særlig realisert ved at ytringene søker å informere adressaten om noe, og dermed utgjør konstative språkhandlinger. Implisitt kan de også tenkes å oppfordre adressaten til å benytte seg av dette tilbudet. Den referensielle funksjonen er realisert ved de påstandene (proposisjonene) om lading som er uttrykt (hvilke aktører og prosesser som er representert).

2 Gjør greie for begrepet «tekstkultur» slik det brukes i sakprosateori, og gi eksempler på ulike tekstkulturer.

Studenten bør kunne gi en redegjørelse for begrepet overens med slik det defineres i pensumlitteraturen («Hva er sakprosa?», s. 58: «en tekstkultur kan defineres som en gruppe mennesker som samhandler gjennom tekster ut fra et noenlunde felles normsystem»), og knytte dette til teoretiske forståelser av sjanger og kontekst.

3 Gjør greie for begrepene «retorisk situasjon» og «kairos», og illustrer bruken av dem med vedlagte teksten («NSB og Nettuss er nå Vy»).

Studenten bør kunne gi en beskrivelse av kairos («det rette øyeblikket») og plassere det i den klassisk retoriske tradisjonen. Studenten bør også kunne nevne alle bestanddelene av den retoriske situasjonen (påtrengende problem, publikum, tvingende omstendigheter) og plassere dette i den moderne retoriske tradisjonen, helst også identifisere teoriens opphavsmann, Lloyd Bitzer. Besvarelsen bør i tillegg kunne drøfte forholdet mellom den vedlagte teksten og situasjon i lys av begge teoretiske begreper. Det påtrengende problemet er primært å gjøre det nye navnet kjent og forklare grunnen til navnebyttet. Publikum er primært potensielle kunder, men også allmennheten i sin alminnelighet. Videre er nyhetsmedier en spesiell mottakergruppe, ettersom de har interesse av og mulighet til å videreformidle denne nyheten til allmenheten. De tvingende omstendigheter er blant annet betingelsene knyttet til mediet og sjangeren som blir benyttet (hjemmeside på internett) og til nyhetskriterier som bestemmer om nyheten vil formidles videre av nyhetsmediene. Drøftingen av kairos bør vektlegge den oppmerksomheten navnebyttet gir og mulighetene det skaper for å presentere et fordelaktig bilde av selskapet og endringene i selskapet som navnebyttet representerer.

4 I mars i år endret NSB og Nettbuss navn til Vy. I den forbindelse publiserte selskapet en tekst på sine nettsider som presenterte navneendringen og forklarte bakgrunnen for den. Analyser den vedlagte teksten «NSB og Nettbuss er nå Vy» med vekt på hvordan selskapet søker å formidle en identitet som selskap og etablere sosiale relasjoner til adressatene. Analyser både verbaltekst og bilde. Drøft også hvilken sjanger teksten tilhører.

Denne analyseoppgaven gir rom for faglig skjønn, slik at den vil kunne løses på flere måter. Nedenfor er noen sentrale momenter som vil bidra til en positiv vurdering.

Besvarelsen bør kunne identifisere hvordan selskapet er representert i testen, nemlig gjennom logoen Vy og pronomenet «vi». Logoen skaper en institusjonell identitet, mens bruken av pronomenet er egnet til å skape en mer personlig tone. Det er også en eksplisitt påpekning av at to merkenavn (NSB og Nettbuss) blir slått sammen til ett. Den bør også vise hvordan avsenderen assosierer seg med positive kvaliteter, slik som å være moderne, miljøbevisst og serviceinnstilt.

Når det gjelder sosiale relasjoner, bør analysen vise at adressatene tiltales direkte gjennom pronomenet «du» og dermed inviterer til en viss nærhet. De omtales også som «kunder». Ved ett tilfelle skapes det fellesskap mellom avsender og adressat ved å benytte et inkluderende «vi», som omfatter både selskapet og adressatene (øverst på s. 3). Det er mange ytringer som framstiller (eller presupponerer) at adressaten er moderne (vil ha nye teknologiske løsninger) og miljøbevisst (vil reise miljøvennlig). Bildet viser også en ung, urban kvinne, som kan tenkes å skape konnotasjoner til en slik person. På maktaksen skapes det et bilde av selskapet som en tjener for kundene, som dermed tildeles en maktposisjon (det er deres ønsker som dikterer selskapets utvikling).

Artikkelen har formelle trekk som peker mot artikkelsjangeren, med tittel, ingress, undertitler og brødtekst. Innholdsmessig har den trekk fra nyhetsartikkelen, hvor en viktig og aktuell «nyhet» blir presentert i overskrift og ingress, og hvor brødteksten er disponert etter prinsippet om fallende viktighet. Avsenderens tilstedeværelse i teksten peker videre mot organisasjonsnyheter eller pressemelding (selv om slike momenter ikke er pensumstoff). En god besvarelse bør videre drøfte om det er trekk av andre sjangere, særlig reklame. Dette er representert ved den direkte tiltalen, omtalen av positive kvaliteter ved tjenestene som tilbys, og implisitt oppfordring om å benytte disse tjenestene.