

Övertygar retorik?

Av Lars Melin

Det finns tonvis med böcker om retorik, och det ges massvis med kurser - överallt. Ingen vill hamna i ett bakläge där alla de andra kan tala/övertyga/ljuga bättre.

Retorik är det självklara medlet till framgång med språket. Det har använts i folkförsamlingar, domstolar och kyrkor i över två tusen år, och vi har läst framgångssagorna om männen som med ordens hjälp ändrat världens gång. Retorik är oemotståndligt.

Teorin är enkel. Vi ska ha en talare som utstrålar karisma, som kan påverka sin publik och som har något att säga. Detta som kallas *ethos*, *pathos* och *logos* på fackspråket är övertygandets dream team.

Men hur går det till? Jo, ett nytt tretal: säg det, gör det underhållande och väck känslor. Detta som heter *docere*, *delectare* och *movere* på innespråket är grundreceptet, och ingredienserna kan blandas på många olika sätt.

Men är det självklart att det alltid funkar bara för att Martin Luther King blandade rätt? Bland retorikspecialister har man varit mycket försiktig med att ta reda på hur effektiv retoriken egentligen är. Inte förrän under detta innevarande årtionde, har det gjorts mätningar på retorikens övertygelsekraft. Över två tusen års framgång är bevis nog, tycks retorikspecialisterna resonera. Men svaret är att det ingalunda är självklart.

Tänk oss att vi har ett budskap, d v s något att *docere*. Då borde rätt åtgärd vara att pumpa upp adrenalin hos åhörarna/läsarna med *delectare* och *movere*. Och det finns en hel regelbok med språkliga grepp som att upprepa, variera och sätta in värdeord, bildspråk, rytmiska slingor och välljudande språkljudskombinationer.

När vi här provat allt detta med studenter som försökspersoner har det visat sig två intressanta fenomen. Dels finns en tröskeleffekt: lite retorik gör ingen nytta alls. Dels finns en takeffekt: för mycket retorik ökar visserligen engagemanget men samtidigt sänktes förtroendet. Även i retorikens hypade värld är det lagomregeln som gäller. Man kan säga att retorik ska vara som en salongsberusning: den ska kännas men får inte märkas.

Tyvärr har det visat sig mycket svårt att hitta den magiska brytpunkten mellan engagemang och förtroende för målgruppen. Det är tydligen den förmågan som de verkligt stora retorikerna har i ryggmärgen eller möjligen maggropen.

Våra försök har också visat på andra intressanta resultat. Ett sådant är att retorikstudier inte gör människor immuna mot språklig påverkan. Studenter som läst retorik är precis lika lätt- (eller svår-) övertygade som andra studenter.

Ett annat är att vissa av de retoriska verktygen fungerar klart bättre än andra. Ett hett tips är känsloladdade ord. Och en klar loser är upprepningar. Det är ingalunda övertygande att låta fler meningar börja på samma sätt. Det är ingalunda övertygande att variera sin enfaldiga

tanke i flera meningar. Det är ingalunda övertygande att tjata om saker i evighet. Men somliga tror det, och andra lär sig det på kurser.