

Indholdsfortegnelse

Forord	9
1. Hvad gør det, hvem der taler	11
Retorisk kritik af online retorik	14
Det kritiske omdrejningspunkt: Ethos	18
Forskningsarbejdets design: Et eksplorativt <i>multiple casestudy</i>	20
Valg af cases	20
Fremgangsmåder i de konkrete casestudier	21
Udgangspunktet som retorisk kritiker	23
Medier og webtekst	24
Bogens opbygning	27
2. Ethos i antikken og det 20.-21. århundrede	29
Klassiske forståelser af ethos	30
Isokratisk talertroværdighed: persuasiv livsførelse	30
Aristotelisk ethos: persuasiv karakterfremstilling i talen	31
Efter romerske normer: Retoren som god (stats)mand	34
Humanvidenskabelige perspektiver på ethos i det 20. århundrede	40
Ethos og den sproglige vending: fremstilling af selvet	41
Ethos og den fortolkende vending: set med modtagerens øjne	43
Ethos og den retoriske vending: styret af strukturernes magt	47
Ethos i senmoderne retorik	51
3. Retorisk kritik – fra tale til webtekst	55
Retorisk analyse og kritik	55
Den retoriske kritiks udvikling	56
I traditionel forstand	62
Retorisk kritik af webtekster	62
Håndteringen af webtekst	63
Et muligt oratorperspektiv	70
Modtagerens relevans	72

4. Den overbevisende politiker online: Ritt i nye rammer	77
Valgkamp og kampagnesitets retorik	78
Massemediernes dagsorden	79
Gør kampagnesitet en forskel?	81
Kampagnesitets ethos-appel	85
Studiet af kampagnesites ved kommunalvalget 2005	86
Oplevelsen af ethos på kampagnesites	91
Æstetik – hvordan føles netstedets atmosfære?	91
Disponering – hvad viser netstedets værdiperspektiv?	95
Karakteristiske udsagn – hvad fortæller konkrete forslag og detaljer?	101
Flere stemmer: Ritt mellem magt og margin	102
Ritt Bjerregaards ethotiske udfordring	103
Bjerregaards ethos før og efter besøg på www.ritt.dk	104
Ritt Bjerregaards performance med Ritt.dk	108
Æstetik: Fælles grund under fødderne	108
Disponering: Multivokal montage	116
Karakteristiske udsagn: "Lysregulering ved Jarmers Plads"	125
En stemme nærmere	129
Rekontekstualisering som ethopoetisk strategi	131
Dissociation fra magtens centrum: Den politiske leders ethos på Ritt.dk	133
Kampagnesitet som personligt medie og performativt argument	136
5. Bloggens karakter: Mellem individ og fællesskab	137
Bloggen som tidstypisk fænomen	138
Ethos-appel i den personlige blog	141
Studiet af personlige weblogs 2005-2006	144
Fra retorisk nærlæsning til analyse på systemniveau	144
Diakronisk perspektiv: Udviklingen af en bloggers karakterfremstilling	146
Første fase: Opsætning af rammer	147
Anden fase: Opbygning af relationer	150
Tredje fase: Opretholdelse af handlekraft	152
De tre faser som en ethopoetisk evolution	155
Synkronisk perspektiv: Webloggens intertekstuelle karakterfremstilling	156
En weblogs søskendetekster	156
En weblogs metatekster	157
Bloggerens ethos som en kollaborativ konstruktion	161
Uligheder mellem blog-kommunikationens parter	162
Den isokratiske og aristoteliske tradition i forening	163

6. Open source credibility: En brugerudviklet retors troværdighed	165
Studiet af Wikipedia 2006-2007	166
Wikipedia som encyklopædi	170
Wikipedia som alternativt medie	172
Indhold og form: "Hvad er det værd at vide?"	173
Distributiv praksis: "Skal viden være en vare?"	175
Ændret ansvarsfordeling og proces: "Hvem har autoritet?"	177
Er ethos relevant med hvem-som-helst som afsender?	179
Er brugerne ligeglade med troværdigheden?	180
Identifikation af kilden i kildekritisk og hermeneutisk forstand	181
Et retorisk fællesskab af brugere	183
Ethos-appellens funktioner	183
Ethopoetisk frontstage og backstage	186
Frontstage: Anonym kollektiv afsenderinstans	186
Backstage: Netværk af brugernavngivne individer	192
En brugerudviklet retors troværdighed	205
Udvikling af digital dannelse	206
7. Det gør en forskel, hvem der taler	209
Del I. Online ethos realiseret	210
Det gør en forskel, hvem der taler online	211
Hvem er det, der taler – et spørgsmål til fortolkning	213
Hvorfor er fokus på retorer relevant?	214
Online ethos – læst ud fra Cicero	216
Den sociale relation til tilhørerne: en sympatiens ethos	217
Stilen som ethopoetisk element	221
Pligt til at tale passende	223
Ethos udviklet i situationen og over tid	225
Online ethos – hvis virtuelle selskab søges?	228
Del II. Studiet af online retorik	230
Netstedet som retorisk medium	230
Artefaktets tilblivelse i analysen	233
Bilag	237
Læseguide i tre trin til retorisk nærlæsning af netsteder	237

Litteratur	241
Bøger og tidsskriftartikler	241
Øvrige publikationer	253
Resumé: Online ethos	254