

**Fredrik Söderquist** är högskoleadjunkt i svenska och retorik. Intresseområden: retorik och propaganda, retoriska minnestekniker, filmens- och bildens retorik samt corporative story telling. **Istvan Pusztai** är fil. dr och högskolelektor i retorik. Specialområden: retorisk actio, offentligt framträdande, rollframställning och dramapedagogisk didaktik. Arbetar främst med kurser i kommunikation.

### Diskussionsfrågor och övningsuppgifter

- **Diskutera i grupp:** De viktigaste fördelarna med väl förberedda och genomförda presentationer  
Dela upp deltagarna i grupper om två. Be varje par räkna upp de tre viktigaste fördelarna med väl förberedda och genomförda presentationer. Alla grupper turas om att redovisa sina resultat och du kan sammanställa resultaten på ett blädderblock.
- **Diskussionsuppgift: Olika slags presentationer**  
Diskutera olika slags presentationer (föredrag, säljpresentationer, interna möten, tal etc.) en stund. Finns det personer som ni uppfattar som särskilt duktiga på presentationer? Finns goda exempel där ni kan lära er av andra? Hur är det med dem som har det svårt med presentationer – hur kan man underlätta för dem?
- **Individuell uppgift: "Upplevelsen av en bra presentation"**  
Be att deltagarna försöker komma ihåg någon gång då de själva som deltagare var med om en bra presentation. Vilka faktorer i berättelsen ledde till uppfattningen av en bra presentation?
- **Diskussionsuppgift: "Argument"**  
Ge ett exempel på argument i en presentation som skulle kunna vara för en idé, tjänst eller produkt för ditt företag eller organisation. Utgå ifrån de olika retoriska argumentationsbegreppen etos, logos och patos.
- **Diskussionsuppgift: "En presentation"**  
Be att deltagarna tänker igenom hur de ska presentera sin skola, sin arbetsplats eller sin organisation för en grupp åhörare. Använd den retoriska modellen i filmen som utgångspunkt och stöd. Skriv anteckningar och om ni har tid, genomför presentationen inför de övriga i gruppen.

5

**Vill du veta mer?**  
[www.retorikkonsult.se](http://www.retorikkonsult.se)  
– Fredrik Söderquist egna hemsida  
[www.retorik.se](http://www.retorik.se)  
– allmän information om retorik  
<http://webappo.web.sh.se/retorik>  
– Södertörns högskolas sida om retorik



### Om Kunskapsmedia

Kunskapsmedia AB är ett medie företag som producerar och distribuerar utbildningsprogram på DVD och streaming till bland annat AV/Mediacentraler, skolor, företag, förvaltningar och organisationer. Genom pedagogiska program kan man påverka attityder samt engagera och stimulera inlärning av ny kunskap. Har du tips på filmer vi borde köpa in eller producera? Kontakta oss på [info@kunskapsmedia.se](mailto:info@kunskapsmedia.se)



Kunskapsmedia AB  
Kolonien  
Telefonvägen 30, 126 37 Hägersten  
Tel: 08-545 634 60  
E-post: [info@kunskapsmedia.se](mailto:info@kunskapsmedia.se)  
[www.kunskapsmedia.se](http://www.kunskapsmedia.se)

6

### Studiehandledning



# Retorik - konsten att nå fram

Vill du bli bättre på att kommunicera och nå ut med ditt budskap? Vill du uppnå dina mål och genomföra effektivare presentationer? Den här filmen hjälper dig att nå fram med ditt budskap på ett effektivare sätt genom konkreta råd och exempel.

Produktion: © MediaEffekt i samarbete med Kunskapsmedia 2009  
Svensk distribution: © Kunskapsmedia 2009. Filmnr: 1221KM



© Rättigheterna till studiematerialet ägs av Kunskapsmedia AB.  
Du har rätt att använda dig av studiematerialet i samband med visning av programmet.

\_\_\_\_\_

# Retorik - konsten att nå fram

## Programmets innehåll

Retorik – konsten att nå fram” ger en grund i hur man med retorikens hjälp kan planera och kommunicera sitt budskap så effektivt som möjligt. Det här programmet undersöker hur professionella yrkesutövare använder retorik i vardagen och vi får bl.a. träffa framgångsrika lärare, säljare och projektledare samt experter på retorik. Intervjuerna varvas med konkreta exempel i form av dramatiseringar av olika situationer. Genom att koppla samman teori och praktik ger programmet ett bra underlag för en utbildning i retorik.

Meningen är att du ska inspireras av berättelserna och dramatiseringarna i filmen erfarenheter och få konkreta råd om hur du kan kommunicera bättre. I filmen går vi också igenom en retorisk modell som hjälper dig att bättre planera dina presentationer.

Filmen är framtagen tillsammans med retorikexperter från Södertörns Högskola.

## Syfte/inlärningsmål

- Att få förstå hur man med hjälp av retorik bättre kan planera och presentera olika budskap
- Att lära sig grunderna i praktisk retorik
- Att bli duktigare på att kommunicera

## Syfte med utbildningen

Utbildningsmaterialet **Retorik – konsten att nå fram** är avsett som stöd för utbildningar som handlar om retorik, kommunikation och presentationsteknik. Det huvudsakliga syftet är att motivera deltagare till att utveckla och förbättra sin förmåga att nå fram bättre med sina budskap var sig det gäller idéer, produkter eller tjänster.

## Målgrupp

FILMFAKTA

- > **Ämne:** Personalutbildning, Svenska, Retorik
- > **Ålder:** från 16 år (Gy, Vux)
- > **Speltid:** 16 minuter
- > **Svensk text**

2

Utbildningsmaterialet riktar sig till både elever och lärare för gymnasiet och högskolor/universitet samt till medarbetare inom näringsliv och förvaltning.

## Läroplanens mål och riktlinjer

(bl.a. svenska, medieproduktion, samhälle)

- Eleven ska utveckla kunskap om det svenska språket, dess ständigt pågående utveckling, dess uppbyggnad, ursprung och historia, samt utvecklar förståelse för varför människor skriver och talar olika.

- Eleven ska utveckla förmågan att uttrycka sig i tal och skrift.

- Grundläggande kunskaper inom semiotik, retorik, dramaturgi och analys är viktiga delar av ämnet. Kunskaper i bl.a. språk, retorik och presentationsteknik är viktiga inslag i utbildningen.

Retorik efterfrågas alltmer av arbetsgivare och universitet och ger eleven ökad säkerhet att uppträda både offentligt och privat.

## En retorisk modell

Modellen är utarbetad av retorikexperterna Fredrik Söderquist och Istvan Puztai som är lärare vid Institutionen för Kommunikation, medier och it vid Södertörns Högskola.

### 1. FÖRBEREDELSE

Det första steget är att förbereda sig. Det är A och O om du vill nå ut med ditt budskap. Det viktigaste när du förbereder dig är att tänka på vilka som är dina lyssnare. Vilka förväntningar, kunskaper och intressen har de?

Det andra är ditt budskap. Vad är det du vill säga?

Och det tredje är din retoriska situation; var, när och hur sker presentationen? Vilka förväntningar har dina åhörare eller deltagare?

### 2. INLEDNING

I den här fasen är det viktigt att skapa förtroende. Det gör man till att börja med genom att fånga åhörarnas uppmärksamhet. Alla människor har sin egen stil med sin speciella utstrålning som åhörare eller deltagare känner av på en gång då de stiger in. Det gäller också att få lyssnarna välvilligt inställda så att ditt budskap inte misstolkas.

Slutligen måste lyssnarna bli intresserade, det vill säga de måste vilja ta till sig ditt budskap. Du måste erbjuda en lösning som gör deras liv enklare, bättre eller förklarar något som de länge har undrat över.

3

### 3. BERÄTTELSEN

Berättelsen ska visa vem du är, ditt etos.

Ditt etos är tredelat. Den första delen handlar om dina karaktärsegenskaper. Exempelvis om du är sympatisk, inkännande och handlingskraftig.

Den andra rör kompetensen. Du måste visa att du har något att bidra med.

Den tredje tar upp din empatiska förmåga och handlar om hur du lyssnar och skapar växelspel med åhörarna. Du ska visa att du bryr dig och att du är lyhörd för publikens behov.

### 4. ARGUMENTATION

Det viktigaste i argumentationen är att du kan formulera ditt budskap kort och kärnfullt i en tes. En tes är ett påstående som måste stödjas av argument – gärna tre. Tesen ska komma tidigt och resultera i att lyssnarna vill göra något. En handling. Argument kan se olika ut. I den klassiska retoriken brukar man tala om tre typer: Etos-, logos- och patosargument.

Den romerske retorikern Cicero sade: Det spelar ingen roll om jag har logiska argument och verkar engagerad om jag känns osympatisk. Om vi inte känner sympati för den som talar är vi inte mottagliga för logiska argument heller. Därför är dina etosargument viktigast!

### 5. AVSLUTNING

Det viktigaste med avslutningen är att du upprepar tesen, ditt påstående. Du upprepar också de viktigaste argumenten som stöder ditt påstående. Därefter uppmanar du lyssnarna till handling.

Avslutningen förstärker helhetsintrycket, gör att åhörarna minns vad du vill att de ska göra och varför.

Höjdpunkterna under en presentation sker då åhörarens förväntningar överträffas. Det uppstår ett speciellt ögonblick, stämningen höjs utöver det vanliga och åhöraren känner att den har fått ut något av presentationen.

### 6. UPPFÖLJNING

Utvärderingen är viktig för att du ska kunna förbättra dig.

Återkoppla till förberedelsefasen. Uppnådde du dina mål? Vad fungerade och vad fungerade inte? Nästa gång ska du lyckas ännu bättre!

4