



# Eksamensoppgaver og eksamenssvar fra NOR1267, **hovedmål**, våren 2024

Eksempel 1: Kortsvar og langsvaer «retorisk  
analyse, sammenligne»

## Kortsvarsoppgave

Vedlegg:

- «Håvamål», strofe 23
- «Godnatta til alle som angrer» av Gro Dahle

«Håvamål» er et norrønt dikt der guden Odin gir menneskene råd om hvordan de best bør leve. "Godnatta til alle som angrer" er et dikt fra vår egen tid.

**Sammenlign noen sider ved form og innhold i de vedlagte diktene. Bruk eksempler fra vedleggene og relevant fagspråk.**

Skriv mellom 250-300 ord.

Svaret ditt vil bli vurdert på følgende områder:

- Svar på oppgaven
  - sammenligner diktene
  - viser forståelse av diktene
  - har eksempler og bruker relevant fagspråk
- Struktur og sammenheng
- Språkføring og formelle ferdigheter

**1. Les oppgaveinstruksen til kortsvaret og diskuter hva man skal gjøre i denne oppgaven.**

**2. Les elevsvaret.**

- a. Marker deler av kortsvaret som viser sammenligning av form
- b. Marker deler av kortsvaret som viser sammenligning av innhold
- c. Strek under eksempler på relevant og presist fagspråk
- d. Strek under eksempler/sitater fra tekstvedleggene
- e. Marker eksempler på presist og nyansert språk og/eller eksempler der språket er uklart
- f. Kommenter hvordan kortsvaret er strukturert, og vurder om strukturen er hensiktsmessig ut fra oppgaveteksten.

## Kortvarsoppgave – elevsvar:

I de vedlagte diktene, «Håvamål», strofe 23 fra norrøn tid og «Godnatta til alle som angrer» av Gro Dahle fra 2009 finner vi noen likheter til tross for at de er skrevet i to svært ulike tidsepoker.

Gudediktet «Håvamål» er Odin sin tale til menneskene om hvordan de burde leve. Strofe 23 i diktet legger vekt på at tunge tanker ikke forsvinner i løpet av natten, men at man må være sterk og kjempe seg gjennom det: «vanskane er slik dei var.» Disse ordene kan vi indirekte se igjen i diktet «Godnatta til alle som angrer», som handler om vonde tanker rundt anger. Når det står «knyter knuter på tankene» og «broderer på ordene», er det brukt metaforer. Knutene på tankene indikerer at tankene er et kaos i hodet, og det er lite en får gjort med det på natten, «men kanskje i morgen, i morgen, i morgen» (Dahle, 2009). Her er gjentakelsen av ordet «i morgen» et symbol på viktigheten av at det ikke er noe en kan gjøre nå, men kanskje i morgen.

Formen på diktene er utradisjonelle med et komplisert rimmønster. I det norrøne diktet kan vi se snev av alliterasjon: «**Vitlaus** mann **vaker** om natta». Dette er typisk for norrøn litteratur (Garthus, Nyhus, & Anne-Marie, 2022). Begge diktene inneholder lite tegnsetting, noe som kan symbolisere stress. Dette kan vi se igjen i «Godnatta til alle som angrer» da det kun er én strofe med én fullstendig setning. Det ligger mye stress i anger, spesielt når det er alt hodet tenker på om kvelden. I «Håvamål» kan vi se igjen den samme fortellingen.

Begge diktene berører temaene anger og ensomhet. De består av én strofe, lite tegnsetting og få ord, men likevel sier de ordene oss mye om vanskeligheten ved vonde tanker.

Kilder:

Dahle, Gro: «Godnatta til alle som angrer», fra God natt, natt, Cappelen

Damm 2009

Ødegård, Knut (gjendiktning og kommentarer): Edda-dikt, Band I, Voluspå & Håvamål. Poesi, mytologi og middelalderliv, Cappelen Damm 2014

## Langsvarsoppgave

### Vedlegg:

- H&M: «Let's clean up», nettside
- Northern playground: «Utslipp», nettside

H&M er et svensk kleskonsern som har butikker over store deler av verden. Northern Playground er en norsk klesbedrift som produserer fritidstøy i naturmaterialer.

### Tolk og sammenlign de sammensatte tekstene. Bruk begreper fra retorikken.

Svaret ditt vil bli vurdert på følgende områder:

- Svar på oppgaven
  - sammenligner vedleggene
  - viser forståelse av de vedlagte tekstene
  - gjør rede for den retoriske situasjonen
  - gjør rede for bruken av appellformene
  - har eksempler og bruker relevant fagspråk
  - gjør rede for virkemidler og hvordan de fungerer i teksten
- Struktur og sammenheng
- Språkføring og formelle ferdigheter

**1. Les oppgaveinstruksen til langsaret og diskuter hva man skal gjøre i denne oppgaven.**

**2. Les elevsvaret.**

- a. Marker deler av langsaret som viser den retoriske situasjonen
- b. Marker deler av langsaret som viser appellformene
- c. Marker deler av langsaret som viser sammenligning
- d. Strek under eksempler på fagspråk og faglige formuleringer
- e. Strek under eksempler/sitater fra tekstvedleggene
- f. Marker eksempler på presist og nyansert språk og/eller eksempler der språket er uklart
- g. Kommenter hvordan langsaret er strukturert, og vurder om strukturen er hensiktsmessig ut fra oppgaveteksten.
- h. Diskuter hvilke andre måter man kan strukturere svaret i denne oppgaven.

## Langsvarsoppgave – elevsvar:

### Klesindustriene rydder opp?

I dagens samfunn har folks klimabevissthet aldri vært større enn den er nå i våre dager. Klimagass-utslipp og naturødeleggelser må kuttes ned, og det tvert. Kloden vår befinner seg i en kritisk tilstand og står virkelig i fare, så at flere påtar seg et ansvar i denne verdenskrise er essensielt.

Nettsiden «Let's clean up» (H&M) og «Utslipp» (Northern Playground) hentet 21. februar 2024, tar et oppgjør rundt dette med moteindustrien og deres sammenheng med klimakrisen.

Når det gjelder den retoriske situasjonen er det påtrengende problemet hos begge at klesbransjene må kutte klimagass-utslippene i klesindustrien. De tar opp kampen om deres negative påvirkning for klimaet, og rydder opp. Det retoriske publikum som avsenderne prøver å overbevise, er alle som handler klær fra bransjene og som bryr seg om miljøet. Når H&M skriver ting som: «Det er på tide å gjøre moten bedre for både mennesker og miljøet» viser dette til at de er fullstendig klare over hvilken påvirkning klesindustrien har for klimakrisen, og at de er villige til å gjøre det de kan for å kutte ned utslippene. Effekten av å starte et nettside-innlegg for H&M på en slik måte gir det retoriske publikum en tiltro til bransjen allerede fra første sekund. I tillegg har avsenderen en høy innledende etos ved å være en av verdens største og mest populære klesbransjer. Klimakrisen blir hos nettsidene en tvingende omstendighet fordi dette behovet for å ytre seg om slikt tema i en slik tid passer seg så redelig. Derfor oppnår nettsidene god kairos.

Problem-løsning blir en viktig del av nettsiden for å få folk til å tro på det du sier. Innleder du et problem uten å vise til en løsning på det, vil ikke avsenderens troverdighet lenger være særlig stor. Begge nettsidene har fått til problemløsning på en grei måte, og de drar både inn andre organisasjoner, og viser en grundig utregning av hvordan det skal foregå. H&M har satt seg ambisiøse mål om å halvere utslippene i 2030, og oppnå nullutslipp innen 2040. For å gjøre dette ønsker de, sammen med WWF og Solidaridad å sette en ny vannstandard for hele moteindustrien. Her trekker de inn at de ønsker å gjøre det samme som andre verdenskjente organisasjoner, som igjen skaper en troverdighet hos publikum. Northern Playground forklarer godt og grundig hvordan de skal redusere produksjonsutslippene og andre utslipp, og på nettsiden deres skriver de at de jobber med selskapet «Variable» og bruker deres databank sammen med gjennomsnittlige utslippstall som er direkte rapportert fra deres hovedprodusent, Utenos, for å regne ut dagens- og fremtidens utslipp (Northern Playground). Når de har en så tydelig utregningsmetode skaper dette også en stor troverdighet hos publikum.

Som sagt er klima et sentralt og svært vesentlig tema nå til dags, men det at klesbransjene er ærlige og viser at de ønsker å ordne opp for å redusere deres negative fotavtrykk, gir publikummet en troverdighet for bransjene. Appellformen etos handler om troverdighet til avsenderen, og dette drar H&M nytte av ved å skrive ting som: «Selv om det må skje en endring i hele bransjen [...], er H&M innstilt på å redusere vår egen negative påvirkning. Så vi rydder opp.». For å styrke sin etos kan man vise til forskningsfunn, noe Northern Playground har gjort på sin nettside «Utslipp»: «For hvis du og en milliard andre mennesker kjøper én t-skjote mindre i året, sparer vi 10 millioner tonn CO2. Det er 10 ganger mer enn

det årlige utslippet til hele Oslo.» En slik henvisning til aktuell forskning danner også logos i teksten. Avsenderen har også benyttet seg av direkte tiltale til leseren for å skape et personlig bånd. Dette gjør avsenderen ved å bruke ord som «du». Da snakker avsender direkte til deg, og sier indirekte at «din handling har betydning».

H&M sin nettside bygger også på fakta, og gjennom saklige argumenter får teksten en tydelig logosfunksjon. De bruker faktaargument for å vise til konkrete tall og statistikk for å si noe om hvilke mål de ønsker å nå, som også er i tråd med den såkalte Paris-avtalen. Ved å sette utslippsmålene sine basert på vitenskap og Paris-avtalen, som fra før av har høy troverdighet, blir det her brukt et ekspertargument. Dette gjør H&M som bransje enda mer troverdig, og styrker den profesjonelle uttalelsen de har på seg fra før av. I starten av teksten har H&M skrevet et avsnitt om biologisk mangfold, før de hopper videre til neste avsnitt og forklarer hvorfor moteindustrien ikke er så bra for det biologiske mangfoldet. Dette viser til faktaargument som videre vil utvikle seg til en patosappell.

I H&M sin nettside «Let's clean up» har teksten en klar patosappell ved å spille på menneskers følelser ved å skrive ting som: «Dessverre er ikke moteindustrien så bra for det biologiske mangfoldet». Dette kan gi oss lesere en følelse av tristhet og frustrasjon, og det spiller mye på samvittigheten vår. Flere negativt ladde ord som «dessverre», «ikke så bra», «påvirkning på miljøet» og «negativ påvirkning» bidrar til patosappellen. Det får mottakeren til å tenke på de negative sidene ved klesbransjen. Avsenderen appellerer til publikums følelse om å ville hjelpe til, og gjennom det å spille på samvittighet og medfølelse skapes det en sterk patos. Det har H&M sin nettside fått til på en utmerket måte.



Både verbalteksten og bildet er viktig for å kunne overbevise det retoriske publikum om det retoriske problemet. Northern Playground har på sin nettside et bilde av et menneske som tar av seg en t-skjorte; dette er bildets blikkfang. Underoverskrifta ved siden av bilde viser til hvor mye utslipp den ene t-skjorten på bildet utgjør, nemlig 8,86 kg CO<sub>2</sub>. Dette er svært mye utslipp for en t-skjorte å være, men det legges ikke skjul på hvor stort fotavtrykk en produsert t-skjorte hos dem er, fordi slik er det med produksjon av klær i alle andre klesbransjer. For at bildet skal passe enda bedre til teksten og resten av nettsiden består bildebakgrunnen av havet og naturen. Bakgrunnen er dus for å ikke stjele all oppmerksomheten til klesplagget som er bildets blikkfang, men det er likevel viktig for å få fram både klær og miljø i bildet.

H&M sin nettside har også passende bilder for nettsiden sin. På forsidebildet ser vi en dame i klær plassert i sentrum av bildet, omringet av hav og natur. Rundt kamera som tar bildet kan det se ut til at de har gjort bildet avgrenset slik at damen blir mer fokusert som bildets blikkfang. Verbalteksten som er plassert i bildet «Let's clean up» indikerer hva innlegget vil handle om på en fin måte. Tekst og bilde spiller sammen på en måte som fungerer godt. Om vi ser nærmere på bildet, er et viktig retorisk virkemiddel de duse fargene. Dette symboliserer tristhet og kan ses på som et lite rop om hjelp. Kvinnen går i ett med naturen, og helhetsinntrykket skaper en tungsindig og fortvilt stemning. Det andre bildet gir de samme «vibbene». Verken kvinnen eller naturen rundt har spesielt friske og fine farger, og mottakerne får ikke en spesielt munter og begeistret følelse inni seg.

Formålet med nettsidene til H&M og Northern Playground er å få folk til å bli mer bevisst på skadene moteindustrien pådrar miljøet, men at industrien nå kjemper for å stanse denne negative utviklingen.

Nettsidene, som har som hovedmål å sette søkelys på bærekraft og reduisering av utslipp, er ikke et direkte salgstriks, men det vil likevel fungere for å få folk mer interesserte i klesbransjen deres når de ser at de ønsker å gjøre en endring ved å hjelpe til i klimakrisa. De sammensatte tekstene ønsker å oppnå det samme, men de bruker ulike virkemidler og retorikk for å få fram poenget sitt.

Kilder:

Garthus, K. M., Nyhus, J. Ø., & Anne-Marie, S. (2022). **Intertekst**. Bergen: Fagbokforlaget.

H&M.com: [https://www2.hm.com/no\\_no/baerekraft-hos-hm/our-work/clean-up.html](https://www2.hm.com/no_no/baerekraft-hos-hm/our-work/clean-up.html), hentet 21. februar 2024 og tilrettelagt for eksamen av Udir

Northernplayground.no: <https://www.northernplayground.no/nb/co2>, hentet 21. februar 2024 og tilrettelagt for eksamen av Udir

## **Kommentarer fra sensor:**

### **Svar på kortsvarsoppgaven:**

Eleven viser god forståelse for tekstvedleggene. Hen sammenligner noen sider ved form og innhold i de vedlagte diktene på en god måte ved hjelp av eksempler og noe relevant fagspråk. Avsnittet om formen i diktene er noe upresist.

### **Svar på langsvarsoppgaven:**

Eleven gjør godt greie for den retoriske situasjonen, men er litt lite kritisk når hen ikke skriver at formålet til avsenderne er å selge produkter. I konklusjonen er likevel eleven inne på at annonsene kan få folk litt mer interesserte i klesbransjen.

Eleven skriver om noen virkemidler som faktaargument, ekspertargument og negativt ladde ord, og bruker noen eksempler og sitater fra tekstvedleggene. Virkemidlene knyttes til appellformene på en god måte. Eleven kommenterer også bildene.

### **Struktur og sammenheng:**

Strukturen i både kortsvaret og langsvare er god, men noen avsnitt kunne hatt tydeligere temasetninger, for eksempel fjerde og syvende avsnitt i langsvaret.

### **Språkføring og formelle ferdigheter:**

Eksamenssvaret er stort sett godt formulert. Rettskrivingen er meget god. Tegnsettingen er god, men det mangler noen komma.

Kandidaten har samlet sett vist god kompetanse til skriftlig eksamen, karakter 4.