A silhouette of a person, likely a speaker or presenter, is shown from the back and side. They are wearing glasses and gesturing with their right hand towards a large, bright screen in the background. The screen displays faint, illegible text, suggesting a presentation or lecture. The overall lighting is dim, with the primary light source being the screen, creating a high-contrast scene.

TROVÄRDIGHET

– en förutsättning för förtroende

Rolf Hedquist

RAPPORT 182

TROVÄRDIGHET

– en förutsättning för förtroende

Rolf Hedquist

Styrelsen för 
PSYKOLOGISKT FÖRSVAR

Utgiven av Styrelsen för psykologiskt försvar

ISSN 1401-2383

Stockholm 2002

Omslagsbild: Bulls press/Photonica. Fotograf: Russel Sparkman

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SPFs förord	4
Författarens förord	5
Etos – trovärdighet	6
Introduktion	6
Syfte och upplägg	8
Aristoteles syn på trovärdigheten	8
Relationen mellan trovärdighet, förtroende och tillit	11
Trovärdighetens konstituentier	14
Finns det en enhetlig norm för trovärdighet?	14
Extroversion	15
Öppenhet	15
Kommunikationsförmåga	18
Självkontroll	19
Konsekvens	22
Kunskap	24
Social kompetens	27
Karaktär	31
Värdighet	31
Ärlighet	32
Integritet	37
Välvilja	38
Prestige genom status och genom makt	40
Identifikation	42
Karisma	44
Mottagaraspekter	44
Tidsaspekter	45
Meddelandets tillförlitlighet	46
Slutsatser och rekommendationer	49
Trovärdighetens betydelse för förtroende och tillit i mikro- och makroperspektiv	49
Kris- och riskkommunikationens trovärdighetsproblem	54
Checklista för trovärdighet	55
Fortsatt forskning	57
Sammanfattning	60
Credibility – a Condition for Trust	63
Referenser	66
SPFs senaste rapporter	70
SPFs senaste meddelande	71

SPFs FÖRORD

SPF har i sin forskningsverksamhet ägnat en betydande uppmärksamhet åt frågor som rör de kommunikations- och informationsproblem som ofta uppstår i samband med svåra samhällsstörningar och där samspelet mellan myndigheter, medier och medborgare står i centrum för intresset. För att medborgarnas demokratiska rätt till information skall fungera krävs, att dessa har förtroende dels för myndigheternas information, dels för de medier som förmedlar informationen. I en sådan mångvetenskaplig triangelansats står begreppen förtroende och tillit i centrum. Saknar medborgarna förtroende för myndigheterna och medierna är risken stor att detta bidrar till att urholka den demokratiska samhällsordningens kärna och att medborgarnas inställning alltmer kommer att präglas av skepsis, ironi, resignation, brist på engagemang och rent av en fientlig hållning gentemot samhället och dess företrädare.

I denna studie, som har sin utgångspunkt i den antika retoriska traditionen, diskuteras och analyseras begreppet trovärdighet och detta begrepps relation till närbesläktade begrepp som förtroende och tillit. Frågan om trovärdighet är komplicerad och begreppet komplext men är en förutsättning för en framgångsrik samhällskommunikation under såväl normala som störda samhällsförhållanden.

Studien utgår ifrån hur en enskild person, t ex en representant för en myndighet, bör bete sig inför ett auditorium. Utifrån resonemanget om en enskilds trovärdighet diskuteras möjligheterna för att en hel myndighet eller organisation, skall framstå som trovärdig och således kunna få medborgarnas förtroende.

Bland annat ges ett flertal råd i konsten att kommunicera med andra så att trovärdigheten stärks. Men dessa råd kan med fördel också användas för att underlätta bedömningen av en talares trovärdighet. Retorisk kunskap är således viktig inte bara för talaren utan också för kritiska lyssnare!

Jag vill tacka docent Rolf Hedquist, vid Institutionen för Nordiska Språk vid Umeå universitet, för en intressant studie. Studien breddar och fördjupar kunskaperna om trovärdighet och bidrar därmed till den viktiga diskussionen om hur förtroendet för det demokratiska samhället och dess företrädare och institutioner endera kan vidmakthållas eller raseras.

Göran Stütz
Forskningschef, SPF

FÖRFATTARENS FÖRORD

Utan trovärdighet kan en talare lika gärna eller hellre vara tyst. Det blir bara besvärande läten i luften, till glädje för ingen. Trovärdigheten är en förutsättning för en framgångsrik kommunikation, och med sin kommunikation kan en talare bygga upp sin trovärdighet. Detta är en insikt som retoriklärare har känt till sedan antiken. Som lärare i retorik har jag undervisat i konsten att vara trovärdig under många år. Hundratals elever har under åren mött Aristoteles och hans etos-begrepp och de aspekter av trovärdigheten som är frukten av modern trovärdighetsforskning. Jag har också haft möjlighet att lägga fram trovärdighetsbegreppet i några konferenser, den senaste vid The Seventh International Symposium on Protection against Chemical and Biological Warfare Agents i Stockholm i juni 2001. Den begreppsutredning som läggs fram med denna rapport är med andra ord en frukt av många års erfarenhet i möte med studenter och andra som är verksamma i näringsliv och offentlig sektor.

Trovärdighetsbegreppet har visat sig mycket användbart i många sammanhang. Eftersom det är ett retoriskt grundbegrepp är det givetvis tillämpligt på enskilda talare, men erfarenheten visar att det också är möjligt att tillämpa det på såväl stora som mindre organisationer. I själva verket är min uppfattning att etos-begreppet blir allt viktigare i företagens imageskapande verksamhet. Kraven på en etiskt oklanderlig verksamhet ökar efter hand från avnämarnas sida. Detta sker paradoxalt nog samtidigt som många undersökningar visar på en minskad tilltro i samhället. Det har således knappast någonsin varit så viktigt att framstå som trovärdig och samtidigt så svårt att verkligen nå upp till det.

Ambitionen med föreliggande studie är att medverka till en ökad medvetenhet om trovärdighetens förutsättningar, samt att ge en hel del praktiska anvisningar för hur man kan agera för att öka sin trovärdighet. Som studien visar är det inte lätt – det är många krav att leva upp till. Men det är inte desto mindre nödvändigt att anstränga sig.

Jag vill tacka SPFs forskningschef Göran Stütz för energiskt arbete med mitt manus. Min ambition att täcka området har brutits mot hans vilja att åstadkomma en läsbar text. Förhoppningsvis upplever läsaren att texten är en hyfsad kompromiss.

Umeå i februari 2002

Rolf Hedquist

ETOS – TROVÄRDIGHET

Introduktion

Vid en folkomröstning i Malå i Västerbottens inland avvisas förslaget att förlägga ett lager för utbränt kärnbränsle i kommunen. Detta sker trots att forskare anser att berggrunden är utmärkt, trots att ett lager skulle ge arbete i kommunen under mycket lång tid, trots att befolkningsunderlaget sviktar högst betänkligt och trots att ledande företrädare för kommunen förordar ett kärnbränslelager.

Inför folkomröstningen som skulle avgöra om Sverige skulle gå med i den Europeiska Unionen var ställningarna när det återstod en vecka att ja- och nejsidan hade ungefär lika många röster. I det läget går ja-sidan ut med en affischkampanj, där dåvarande statsministern Ingvar Carlsson och dåvarande vice statsministern Mona Sahlin syns på bild och där de försäkrar att de inte skulle rekommendera en ja-röst om det inte vore bra för landet. Utfallet efter folkomröstningen blev som bekant att ja-sidan vann om än med knapp marginal.

Det verkar uppenbart att malåborna vare sig hade förtroende för sina politiska företrädare eller för geologerna. Det verkar likaså uppenbart att många som röstade för EU gjorde så eftersom de hade förtroende för de båda ledande socialdemokratiska politikerna. Förtroende för de som kommunicerar ett ärende verkar alltså vara en viktig faktor för att man skall ta ställning för eller emot i detta ärende.

Under ganska lång tid har man i Sverige genomfört mätningar av vad svenska folket

har för förtroende för olika samhällsinstanser. Mätningarna visar att förtroendet för viktiga samhällsorgan uppvisar en fallande trend under det senaste årtiondet. Minskningen i förtroende ses som ett problem i relationen mellan medborgare och myndigheter; minskningen ses som ett hot mot den demokratiska samhällsordningen. Trenden är tydlig, även om den inte är entydig. Bankerna rasade 1990 ner till en bottennotering, men har sedan dess successivt segat sig upp. Förtroendet för nyhetsmedierna visar de senaste åren inte en nedgående kurva.¹ Radio och teve rankas högre än dagspress och visar inte på samma fluktuationer (Holmberg & Weibull 1998).

Det är uppenbart att begreppet *förtroende* är väsentligt för att politiker, myndigheter och organisationer skall finna mottagare för sin kommunikation. Det är uppenbart att om medborgarna inte hyser förtroende för politiker och myndigheter kommer de inte att vilja kommunicera med sina politiska företrädare eller vända sig till myndigheter med annat än misstänksamhet. Det är uppenbart att om vare sig överhet eller medborgare har förtroende för medierna och deras sätt att arbeta kommer det att skada relationen mellan dessa tre parter, vilket i sin tur hotar vår demokrati. Förtroende är således ett nyckelbegrepp i samhällskommunikationen.

Det står också ganska snart klart att förtroende är ett komplext begrepp. Weibull och Börjesson (1990) menar att förtroende är

1) Östermans undersökning (1999) visar dock att massmedierna har det lägsta förtroendet bland alla undersökta institutioner, medmänniskor och företeelser.

en disposition att reagera kunskapsmässigt, känslomässigt och i praktisk handling vis-à-vis en viss institution i samhället. Den kunskapsmässiga aspekten har att göra med tidigare erfarenhet av institutionen i fråga, en erfarenhet som kan vara direkt eller indirekt. Den värderingsmässiga aspekten har att göra med inställning till institutionen. Är den angelägen och hur förhåller man sig till den. Den tredje aspekten, handlingen, avser benägenhet att orientera sig mot institutionen; är man beroende av den, nyttjar man dess tjänster regelbundet etc.

Förtroendet för en viss institution är således beroende av erfarenhet, grundsyn och orientering mot institutionen. Weibull och Börjesson anser vidare att de ingående komponenternas inbördes relation är ytterst svårbedömd, men att erfarenhet av hur institutionen tidigare har agerat spelar en särskilt viktig roll.

Några följdfrågor som skulle kunna ge svar på vilka skäl som ligger bakom folkets ställningstagande om förtroende förekommer inte i de SOM-undersökningar² som fokuserar politiker och samhällsinstitutioner. När det gäller medierna däremot har man en rad frågor, som visar på komplexiteten i begreppet förtroende. Frågorna gäller om det förekommer felaktiga sakuppgifter, bristande respekt för människors privatliv, för mycket personligt tyckande, alltför stora överdrifter, dålig överensstämmelse mellan rubrik och text, för mycket negativa nyheter, förenklade och ytliga nyheter, okritiska nyheter, partiskhet i politiska nyheter, bristande respekt för läsarna, dåligt språk, skrivfel, ointressanta nyheter. Praktiskt taget samtliga frågor kan om de besvaras jakande vara skäl för att anse medierna värda mindre förtroende.

Förtroende är således ett komplext nyckel-

begrepp för en framgångsrik samhällskommunikation som är relaterat till andra viktiga begrepp: trovärdighet, tillförlitlighet, tillit. Medan förtroendet finns hos mottagaren i en kommunikation, finns trovärdigheten hos avsändaren. Dvs. om en mottagare i en kommunikation finner att en talare är trovärdig, finns det kanske anledning att känna förtroende för denna talare.

Relationen mellan trovärdigheten och kommunikationshandlingen som sådan är också invecklad. Trovärdighet är en viktig förutsättning för en lyckad kommunikation samtidigt som trovärdigheten är en följd av en lyckad kommunikation.

Det är ganska uppenbart att trovärdigheten till stor del är avhängig den kunskap som talaren tillskrivs av lyssnaren, men det är också ganska uppenbart att det inte bara handlar om kunskap. Det finns också andra mera subtila nyanser som tycks spela en stor roll för den upplevda trovärdigheten. För många specialister är det säkerligen ganska frustrerande att uppleva att stora delar av befolkningen inte tror på dem när de hävdar att kärnkraftslagring enligt svensk modell är säker. Eller att kärnkraften i Barsebäck inte alls utgör ett väsentligt hot inom överskådlig tid. Eller att bron över Öresund inte åstadkommer nämnvärd påverkan på salthalten i Östersjön. I samtliga dessa fall handlar det om kommunikation där man upplever risker. I sådana fall är rimligen förtroendet särskilt väsentligt för en lyckad kommunikation.

Mången specialist, politiker eller annan makthavare har säkerligen undrat hur i all sin dar man skall kunna skapa förtroende när det uppenbarligen inte räcker med att man är tämligen säker på att man talar sanning, har goda grunder anta att det man säger är korrekt, att man verkligen inte har ett ont uppsåt etc.

2) SOM står för Samhälle-Opinion-Massmedia.

Syfte och upplägg

Denna studie har ambitionen att utreda det komplexa begreppet trovärdighet, som är en förutsättning för förtroende, föreslå vidare forskning inom området förtroende, trovärdighet, risk- och kriskommunikation,³ samt inte minst viktigt, ge en del ganska handfasta råd i konsten att kommunicera så att trovärdigheten stärks.

Utgångspunkten för arbetet är det retoriska begreppet *etos*, modellen för studien är *retoriken*. Redan under antiken hade man nämligen helt klart för sig att kommunikation och påverkan inte alls bara var en fråga om rationalitet. Antikens talare hade insett att den känslomässiga aspekten var synnerligen väsentlig för en lyckad kommunikation.

I resonemangen i de första avsnitten är utgångspunkten hela tiden en enskild talare som står inför en grupp av lyssnare, som han vill påverka (en retorisk situation). Men det är ytterst viktigt att poängtera att det är möjligt att generalisera denna kommunikativa mikronivå till en makronivå. De principer som diskuteras är således användbara och relevanta på organisationsnivå och på nivån samhällskommunikation. Eftersom kommunikationen även via massmedierna i vår tid blir allt mer personlig (se Hedquist 1998a), kan man i många fall se att en enskild företrädare för en organisation står som representant för hela organisationen. En icke trovärdig talesman för en organisation kommer alltså att skada hela organisationens trovärdighet. Men det finns också allmänna principer för trovärdighet som kan appliceras på en organisations hela informationspolicy på ett mera opersonligt plan.

Underlag till studien har förstas hämtats från vetenskapliga undersökningar, men även material ur dagstidningar, där ordet *trovärdig* har förekommit i skilda sammanhang, har

utnyttjats. Ur användningen av ordet *trovärdighet* i medierna kan man hämta en hel del information om vad begreppet står för. Det har dessutom känts viktigt att förankra de modeller som återfinns i trovärdighetsforskningen med exempel ur den pågående debatten om trovärdighet i medierna. Någon regelmässig avsökning av alla förekomster under en viss tid och i vissa tidningar har dock inte gjorts, nedslagen är mera slumpmässiga.

Rapporten disponeras på följande sätt: I denna första del presenteras den antika retoriska synen på *etos*-begreppet; i praktiken blir det en presentation av Aristoteles *etos*-begrepp. Dessutom presenteras en del tidigare forskning om trovärdighet och närbesläktade begrepp (tillförlitlighet, förtroende och tillit). En modell presenteras för hur dessa närbesläktade begrepp kan tänkas vara relaterade.

I en andra del presenteras viktiga faktorer som konstituerar begreppet trovärdighet, belysta med exempel från den svenska debatten. Här ges också en del praktiska råd för hur en talare ska kunna förbättra sin trovärdighet. Varje delavsnitt avslutas med en kort sammanfattning som framför allt tar fasta på rekommendationer för en trovärdig kommunikation.

I en avslutande del diskuteras relationen mellan trovärdighet hos en talare, mikronivån, och trovärdigheten hos en organisation, makronivån. Dessutom diskuteras åter relationen mellan trovärdighet och förtroende. Här presenteras också en checklista för talare som söker trovärdighet. Avslutningsvis definieras en del forskningsuppslag.

Aristoteles syn på trovärdigheten

Aristoteles, som var elev till Platon, var antikens kanske främste retoriklärare och skrev en mycket uppmärksam lärobok i retorik som fortfarande studeras. Aristoteles betydelse

3) Med kris avses i detta sammanhang i fortsättningen allvarligare samhällsstörningar på såväl nationell, regional som lokal nivå.

se för retoriken kan knappast överskattas och det känns därför naturligt att ge en något fördjupad bild av hans syn på trovärdighetsbegreppet, *etos*.

I den aristoteliska retoriska traditionen förekommer tre grundbegrepp som är särskilt viktiga för en talare att ta hänsyn till när det gäller att övertyga en åhörare: *etos*, *logos* och *patos*. Dessa tre begrepp svarar mot tre olika sätt på vilka en mottagare kan påverkas. Det första begreppet, *etos*, har att göra med *vem* som säger något, dvs. den uppfattning lyssnaren har av talarens personlighet. Denna uppfattning kommer att påverka lyssnarens benägenhet att vilja lyssna och att tro på det som talaren påstår. Den andra faktorn, *logos*, har att göra med *vad* som sägs, om det verkar vara sant, bevisbart, logiskt sammanhängande etc. Den tredje faktorn handlar mest om *hur* något sägs. Det är här fråga om känsloupplevelsen i kommunikationsögonblicket. Om *logos* handlar om förnuft och hjärna, handlar *patos* om känsla och hjärta. Såväl den rationella som den känslomässiga aspekten av ett fenomen beaktas sålunda.

Retorik handlar om påverkan; *etos*, *logos* och *patos* är alltså olika medel som en talare kan nyttja i en påverkanssituation. Aristoteles definierar retorik som "konsten att vad det än gäller finna det som är bäst lämpat att övertyga" (*Rhetorica* 1355b:26f). I en sådan påverkan är *logos* inte alltid det effektivaste medlet. Aristoteles menar, något cyniskt, att alltför utförliga logiska resonemang inte är särskilt effektiva inför större folkförsamlingar (*Rhetorica* 1395b). Aristoteles menar i stället att *etos* är det viktigaste medlet för påverkan som en talare har. Det är dessutom det första en talare har att ta till. Innan lyssnarna möter talaren har de kanske en uppfattning om hans *etos* och då behöver talaren kanske bara påminna om den. Är talaren okänd för åhörarna, måste han börja med att övertyga dem om att han är

värd att lyssna till, och han måste etablera en relation mellan åhörarna och sig själv. Först efter att lyssnarna har stiftat en första bekantskap med talaren är de beredda att lyssna till vad han faktiskt har att säga. Efter hand kan lyssnarnas första intryck av talarens *etos* förstärkas eller förändras i motsatt riktning beroende på vad han har att säga.

Etos och *logos* är relaterade till varandra. *Logos* handlar om den rent sakliga bevisningen av en tes, dvs. det är fråga om påståenden som kan vara sanna eller falska och logiska sammanhängande med varandra. Men om man argumenterar ologiskt och om argumenten visar sig vara osanna påverkar detta givetvis uppfattningen om talarens *etos*. Och om talaren inte visar sig vara påverkad känslomässigt av det som han talar om kommer även detta att påverka uppfattningen om *etos*. Särskilt kanske om det är skrämmande eller sorglig information.

Av de tre begreppen *etos*, *logos* och *patos* anser Aristoteles sålunda att *etos* är det viktigaste. Talarens personliga karaktär påverkar lyssnarna när talet hålls; talaren skall vara en *vir bonus*, en god man. Vi tror nämligen mer och tidigare på goda män än på andra. Detta gäller i allmänhet och särskilt om opinionen är delad och när exakt säkerhet inte kan uppnås.

Det finns vidare tre egenskaper som inger förtroende för en talares karaktär och som får oss att tro på något även om det kanske inte finns något bevis för det. Dessa tre egenskaper är gott förstånd eller gott omdöme, överlägsenhet och välvilja.

Aristoteles utvecklar inte särskilt den första av de tre egenskaperna, gott förstånd, snarare förutsätts det i de ganska omfattande resonemangen som han för om bl.a. bevisföring och olika personlighetstyper och hur de är beskaffade. På ett ställe är han emellertid tydlig, han anser att en av de viktigaste kvalifikationerna för att kunna påverka är att man har

god kännedom om alla former av styren och kan särskilja deras olika seder, vanor, institutioner och intressen (Rhetorica 1365b).⁴

När det gäller överlägsenhet är Aristoteles desto tydligare. Han anser att överlägsenhet eller förträfflighet (eng. excellence) är en egenkap som en man har om han uppvisar rättskaffenhet, mod, måttfullhet, storslagenhet, storsinnet, ädelmod, generositet, frikostighet, vänlighet, förtänksamhet. Ädla handlingar är sådana som man gör för att få ära, eller ära i första hand och pengar i andra (Rhetorica 1366b).

Det är onekligen stora ord som Aristoteles nyttjar och den kan vara svårt att överföra dem till moderna förhållanden. Kanske måste vi reducera dem till moderna uttryck som rättvisa, inte handla i egen sak, tänka först och handla sedan, överse med småttigheter, inte hänge sig åt att supa och leva lyxliv på skattebetalarnas bekostnad. Enorma s.k. fallskärmsavtal som indikerar misstänkt girighet är inte förenligt med Aristoteles uppfattning om förträfflighet.

Den välvilja som Aristoteles talar om kan uttolkas som en person som vill sina åhörare väl, som tycker om dem, men också som en person som är god i en slags absolut mening. Aristoteles menar att en person har lättare att påverka oss om han visar sig vara god i sig själv eller visa god vilja mot oss som åhörare, eller båda samtidigt. Godheten är i sig alltså en faktor som påverkar lyssnarna. Ett sätt att förstå om en person är god eller inte är att se vilka val han gör, för dessa val styrs av hans avsikter⁵ (Rhetorica 1366a).

Vad beträffar språket anser Aristoteles att det är lämpligt eller passande om det uttrycker känsla och karaktär och om det svarar mot

ämnet. Det senare innebär att man inte skall låta vardaglig om man talar om viktiga saker eller högtidlig om man pratar om trivialiteter. Pryder man vardagliga substantiv med eleganta epitet blir effekten komisk. För att uttrycka känsla måste man använda ett ilsket språk för att uttrycka vrede, ett språk som uttrycker avsmak och motvilja när man talar om respektlöshet eller oanständigheter. Denna sida av språket, menar Aristoteles, är en faktor som gör att folk tror på att det du säger verkligen är sant. De drar den falska (*sic!*) slutsatsen att du är pålitlig eftersom de själva reagerar på samma sätt som du när de råkar ut för något som du beskriver för dem. Därför kommer de att uppfatta det du säger som sant, vare sig det är det eller ej. Dessutom, säger Aristoteles, kommer åhörarna alltid att känna med en emotionerad talare, även om det inte finns något i hans argument som föranleder detta. Till yttermera visso kommer denna genuina sätt att visa att din berättelse är sann genom att du öppet visar dina känslor att visa din personliga karaktär. Aristoteles tillfogar också att varje samhällskategori har sitt eget sätt att visa att något är sant (Rhetorica 1408a och b). Aristoteles verkar inte finna det nödvändigt att talaren verkligen känner det han ger uttryck för. För andra retoriker, t.ex. Quintillianus, är det mycket viktigt för talarens trovärdighet, att talaren verkligen är uppfylld av den känsla han vill överföra till lyssnarna.

I detta avsnitt visar Aristoteles att även patos, så som den kommer till uttryck i en talares språkbruk eller sätt att tala och uttala ord, har betydelse för trovärdigheten. Det ibland för retoriker besvärande förhållningssättet till sanning blir också synligt. Aristoteles talar om

4) Referaten från Rhetorica utgår här från den engelska upplagan. Det hade varit möjligt att citera direkt, men det känns stötande att citera Aristoteles på engelska. Grekiska är knappast heller ett alternativ!

5) Val kan här tolkas som många olika slag av val: val av ställningstagande i en beslutande församling, val att ta emot eller vägra en belöning, val av bostad, kläder, fordon etc.

hur man bär sig åt för att *framstå* som trovärdig, vilket inte behöver vara detsamma som att säga sanningen. Retorikerna var klara över att ett visst sakförhållande inte alls behöver framstå som trovärdigt bara för att det *är* sant. Det viktiga var därför att låta något framstå som rimligt eller sannolikt; först när något *verkar* rimligt eller sannolikt kommer åhörarna nämligen att *tro* att det är sant.

Det är ingen tvekan om att Aristoteles framstår som en verklig människokännare och att åtskilligt av det som ovan refereras fortfarande står sig. För en modern läsare kan Aristoteles, liksom många andra retoriker från såväl antiken som senare tid, framstå som lätt bisarra och mer manipulativa än vad en modern, demokratiskt uppfostrad läsare egentligen gillar. Å andra sidan är modern marknadsföring, som ju är en avläggare av retoriken i vår tid, också manipulativ och i behov av etiska regler för att inte spåra ur. Detsamma gäller för övrigt massmedierna, politiken, myndigheters och företags kommunikation; alla behöver de etiska regler.

Sammanfattningsvis skall en talare, enligt Aristoteles, för att framstå som trovärdig nyttja de tre möjligheter som står till förfogande för att stödja framställningen: sin personlighet (*etos*), den sakliga bevisföringen (*logos*) och den känslomässiga aspekten (*patos*), varav det viktigaste är personligheten. Personlighetens viktigaste drag är vishet (gott förstånd, gott omdöme), överlägsenhet (god moral), välvilja. Man visar att det man har att säga är sant genom att göra det rimligt eller sannolikt. Man låter den i sammanhanget lämpliga känslan tona fram genom sitt språkbruk så att åhörarna förstår att man själv verkligen tror på det man säger.

Relationen mellan trovärdighet, förtroende och tillit

Begreppen *trovärdighet*, *förtroende* och *tillit* är närbesläktade och relaterade till varandra. De handlar i samtliga fall om relationen mellan två aktörer, där relationen avgörs efter någon form av kommunikationshandling.⁶ Det är i samtliga fall mottagaren och inte sändaren som avgör om det finns anledning att uppfatta en talare/aktör som trovärdig, hysa förtroende för honom/henne respektive känna tillit i relationen.

Österman (1999) resonerar kortfattat om begreppen *förtroende* och *tillit*⁷ och menar att de är komplicerade med många komponenter. Det är uppenbart att politiker inte förlorar allt förtroende efter en skandal framhåller han. Förtroendet kan vidare gälla olika delar av en persons rolluppsättning; bilmekanikern och statsministern kan vi hysa förtroende för i deras yrkesroller utan att ha någon uppfattning om deras roller som familjefäder eller kunder eller grannar.

När statsvetare jämför förtroendet för olika fenomen i samhället är dessa sinsemellan så olika att jämförelser kan vara svåra att göra dem emellan, hävdar Österman. Däremot kan förtroendemätningar på samma fenomen givetvis jämföras över tid.

Österman diskuterar också kortfattat begreppet *lita på*. Det är en förutsättning för ett socialt samspel. Man måste i vissa sammanhang kunna lita på att andra människor gör vad de förväntas göra. Det skulle knappast gå att köra bil om man inte kunde lita på att de mötande vid möte fortsätter att köra på sin högra väghalva. Den snabba trafiken på 90- och 110-vägar med mötande trafik ställer onekligen stora krav på tillit.

6) Det är därför som retoriken är en möjlig modell att arbeta efter.

7) Österman använder faktiskt inte ordet *tillit*, men begreppet kan ändå appliceras på hans resonemang

Österman skiljer vidare på den positiva och den negativa aspekten om man litar på att någon skall göra något. Om en terrorist säger att han skall bomba en viss byggnad och han faktiskt gjorde det, hade man anledningen lita på honom i en negativ mening. Oftast används dock begreppet i positiv mening. I synnerhet om man talar om *tillit*. Det är knappast möjligt att tala om att man hyser tillit till att en terrorist skall bomba en viss byggnad. Personligen skulle jag knappast heller nyttja uttrycket *lita på*. Möjligen *tillförlitlig*.

I tidigare forskning (Arvidson 1977, 1980 och 1981, Hermerén 1978) diskuteras dessutom begreppet *tillförlitlighet*. Även detta begrepp är relaterat till de tre ovan nämnda begreppen. Det svarar närmast mot att det är troligt att det som sägs är sant och kan appliceras på sakinnehållet i en text. Begreppen *trovärdighet*, *förtroende* och *tillit* kan knappast appliceras på texter. De måste appliceras på personer eller organisationer, alltså de som står bakom texterna.

Det är nu möjligt att göra ett första försök att relatera de fyra begreppen till varandra.

En grund för att anse en källa som trovärdig är att den är tillförlitlig, dvs. att man håller det som sägs för sant. Men jag anser, och visar det i framställningen längre fram, att tillförlitlighet verkligen inte är den enda grunden för att anse en källa som trovärdig. Känner man att en källa är trovärdig kan man känna förtroende för denna källa. Men förtroende betyder inte bara att man anser källan som trovärdig, i begreppet förtroende ligger också en positiv värdering av källan, vilket också Arvidson och Hermerén påpekar. Frågan är om man kan anse att en källa är trovärdig utan att känna förtroende för den.

Efter att ha frågat ett stort antal studenter svarar de flesta att *tillit* är en mera avancerad

form av förtroende. När man känner tillit har man i någon mening överlämnat sig⁸ till någon annan, medan man när man känner förtroende fortfarande har sin fulla beslutskraft och beslutsförmåga kvar. Överlämnandet kan ha att göra med en djupt känd personlig relation till en mycket god vän eller en nära anhörig. Men den kan också gälla synnerligen praktiska frågor som att man går in i en hiss eller låter någon annan köra bilen. I nödsituationer tvingas man lyssna till och lyda (överlämna sig till) exempelvis räddningspersonalens anvisningar.

Att uppfatta en källa (texten/personen/organisationen) som tillförlitlig är en förutsättning, men inte den enda, för att man skall uppfatta källan som trovärdig. Att uppfatta källan som trovärdig är en förutsättning för att man skall hysa förtroende för en källa. Att hysa förtroende för en källa är en förutsättning, men inte den enda, för att man skall känna tillit för källan. Enligt mitt sätt att se det är det fråga om en gradvis kvalificering. Frågan är vad som innehålls i de olika begreppen och vad som behöver tillfogas för att man skall kunna röra sig uppåt i vad jag uppfattar som en hierarki eller en högre ordning?

Figur 1. Tillitsstegen



8) Nordlund (1996) använder uttrycket *överlåtelse* i ett resonemang om denna aspekt av *tillit*.

Tid kan vara en aspekt som behöver tillfogas. Om det är en gradvis kvalificering behöver man rimligen mera tid för att hysa tillit än för att känna förtroende. En annan aspekt är att tillförlitlighet och trovärdighet rör egenskaper som *tillskrivs* källan/avsändaren, medan förtroende och tillit rör *relationen mellan* sändaren och mottagaren.

Eftersom tilliten placeras högst på stegen kallas figuren därefter. Men eftersom trovärdigheten står i fokus för denna studie är det trovärdigheten som ägnas utrymme i den fortsatta framställningen. I diskussionen i sista kapitlet finns det dock anledning att återkomma till de tre begreppen tillförlitlighet, förtroende och tillit för att ytterligare granska den relation som finns till de faktorer som konstituerar det komplexa begreppet trovärdighet.

En terrorist som uttalar hot och som alltid genomför det han har hotat att göra kan betraktas som tillförlitlig, men knappast mer. En person som talar sanning och som visar att han eller hon förstår vad det han eller hon säger har för betydelse för mottagaren kan betraktas som trovärdig. Men för att vara värd förtroende måste det stå klart för mottagarna att avsändaren också vill dem väl. Ett under lång tid etablerat förtroende kan resultera i tillit från mottagarnas sida.

Banverkets talesmän var under en tid knappast ens tillförlitliga i Hallandsåsbornas ögon. Numera kanske de har återerövrat trovärdighet, men troligen återstår en del innan man känner ett mera allmänt förtroende. Till tillit är det nog långt kvar.

TROVÄRDIGHETENS KONSTITUENTER

Finns det en enhetlig norm för trovärdighet?

Redan Aristoteles menar att det finns normsystem för bedömning av trovärdighet som är olika för olika typer av talare och i olika sammanhang. Dessutom kommer en och samma talare att bedömas olika beroende på om åhörarna är anhängare eller motståndare till talaren eller det han står för.

Inom en gruppstillhörighet vilken som helst finns konventioner för kommunikation. Kvinnor och män talar olika, det finns fackspråk som skiljer invigda från icke invigda, dialekterna skiljer sig åt i skilda delar av landet. Vi kan räkna med att detta påverkar trovärdigheten. En fackman som använder sitt fackspråk vid kommunikation med icke-fackmän kan mötas av två motsatta reaktioner. Lyssnarna kan bli störda över att inte förstå och känna sig respektlöst behandlade. Men de kan också bli imponerade och förstå att här talar en person som har dem överlägsna kunskaper. Vissa dialekter har låg status och är inte ägnade att höja trovärdigheten hos dem som talar annan dialekt eller är dialektlösa. Andra dialekter är mera uppskattade, exempelvis gotländska, vilket kan påverka trovärdigheten positivt.

Ålder, kön, socioekonomisk status, hudfärg, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet är alltså faktorer som påverkar vår uppfattning av en persons trovärdighet. Detta är gruppstillhörigheter och det kan vara svårt för en enskild talare att agera så att faktorn *gruppstillhörighet*, om den är till hinder för trovärdigheten, skall minska i betydelse. Om de är till för-

del kan en medveten talare givetvis utnyttja dem i sin framställning.

I de följande avsnitten kommer trovärdighet i de flesta resonemangen att behandlas intersubjektivt, dvs. de i trovärdighetsbegreppet ingående faktorerna isoleras utan att hänsyn tas till gruppstillhörighet. I avsnitten som behandlar identifikation och attraktion behandlas dock olika egenskaper eller karaktistiska som talaren har, och som delas eller inte delas av åhörarna. Frågeställningen om gruppstillhörighet återkommer alltså i dessa avsnitt.

Ett ganska stort antal faktorer som konstituerar en talares trovärdighet renodlas och utvecklas i kommande avsnitt. I många fall kan man se att de är nära relaterade och ganska svåra att särskilja. Faktorerna är extroversion, självkontroll, konsekvens, kunskap, social kompetens, karaktär, prestige, identifikation och attraktion. I Burgoon m.fl. (1994) sammanfattas åtskillig forskning som bedrivits rörande trovärdighet. De anser att faktorerna extroversion, självkontroll (composure), kunskap, social kompetens samt talarens karaktär är de väsentliga komponenterna i begreppet trovärdighet. Det finns emellertid anledning beakta även andra faktorer.

De i trovärdighetsbegreppet ingående faktorerna kan betraktas i ett ögonblicksperspektiv, dvs. en åhörare kan bedöma en talare utan tidigare erfarenhet enbart utifrån hur han upplever talaren vid tillfället för kommunikationen. Men det finns också en uppenbar tidsdimension: tidigare erfarenheter av talaren påverkar rimligen trovärdigheten.

Ytterligare en aspekt att ta i beaktande är åhörarens uppfattning om sig själv och den situation han befinner sig i: har han eller hon god eller ingen kunskap om det ämne som behandlas, har han eller hon många eller inga erfarenheter att falla tillbaka på eller jämföra med, har han eller hon lång eller kort tid på sig att bestämma sig för ett visst agerande. Vidare spelar det roll hur man tror att andra uppfattar det som sägs. Reklammakare utnyttjar detta när de skriver om en produkt att den är populär, mest såld, etc.

Extroversion

En extrovert person kan beskrivas som en person som hämtar många intryck utifrån, men också som en person som gärna vistas i andras sällskap, som tycker om att prata och som också gör det. En extrovert person är således en person som *kan* kommunicera och som *vill* kommunicera, dvs. en person som är öppen.

Öppenhet

Öppenhet finns inskrivet i varje företags informationspolicy. Öppenhet efterfrågas ofta för trovärdighet och sätts ofta i samband med trovärdighet. Nohrstedt och Nordlund (1993) anser t.o.m. att öppenhet är en förutsättning för trovärdighet. Med det menar de dock inte att öppenhet är det enda som krävs för att man skall vara trovärdig; det är en nödvändig men inte tillräcklig faktor. Flodin (1993) sätter öppenhet som en av de viktigaste faktorerna för trovärdighet. När folk i närheten av Hallandsåsen skall beskriva informationen som gick ut gör de det i negativa ordalag, där ett av de negativa omdömena är att informationen upplevs som framtvungad (Arvidson 1998). *Framtvungad* är ett motsatsord till *öppen*.

Under vintern 1998/99 angreps den internationella olympiska rörelsen (IOK) för korruption och mygel, vilket ansågs vara ett skäl för minskad trovärdighet (se avsnittet om vär-

dighet). Ett recept att åter erövra trovärdigheten för IOK ansåg Göran Långsved och Olof Stenhammar (1999), ledarna för Stockholms OS-satsning, var att kräva att den olympiska rörelsen i fortsättningen bygger på demokratisering, öppenhet och insyn. Dessa tre begrepp är snarlika varandra i betydelse och passar in under den rubrik som här används: öppenhet.

Då och då diskuteras i medierna öppenhet som ett viktigt krav på ett börsnoterat företag i dess relation till aktieägarna. Företag får utmärkelser för god information, vilket ofta betyder stor öppenhet, och andra får kritik för att man inte har varit tillräckligt öppna.

Det privata företaget Skanska och statliga Banverket kritiserades för bristande öppenhet i samband med Hallandsåshändelserna som nämnts ovan. Ett exempel på en person som fått kritik för bristande öppenhet är dåvarande vice statsministern Mona Sahlin i samband med den s.k. kontokortsaffären, där hon inledningsvis inte erkände att hon nyttjat statens kontokort för eget bruk. Om Björn Rosengren hade erkänt att han besökt en inrättning med tvivelaktigt rykte, kanske han kunde ha lämnat ordförandeskapet i TCO på ett värdigare sätt. Finansborgarrådet i Stockholm Mats Hulth hade lärt sig läxan när han ertappades med att ha druckit alkohol på stadens bekostnad: han klippte sönder kontokorten framför tevekameran och avlade omedelbart full bekännelse. Det hjälpte nu inte riktigt, pressen blev för stor och den totala förlåtelsen uteblev, varför han i alla fall valde att avgå från sin post. Så långt man kan bedöma avgick han självmant, han blev inte tvingad till det.

Det ökade kravet på öppenhet kan ha flera orsaker. En orsak kan vara att samhället numera är så komplext att man har svårt att genomskåda det. Nordlund (1996) framhåller att många hot och risker numera är osynliga och opåverkbara för den enskilde och att man i det läget måste sätta sin tillit till experter. Det i sin

tur innebär att kravet på öppenhet accentueras.

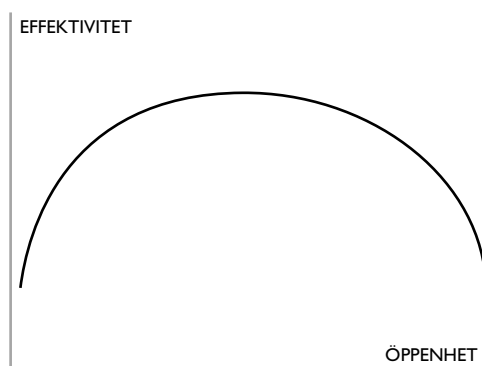
En annan orsak till kravet på öppenhet kan vara den ökande graden av medbestämmande och demokratisering på arbetsplatserna, där man förväntas ta del av information för att kunna vara med och fatta beslut. Eftersom man är van att få mycket information på arbetet förväntar man sig samma sak i det offentliga livet.

En tredje orsak till att man kräver öppenhet är givetvis misstro. Tror man att man är förd bakom ljuset så saknar talaren trovärdighet och då vill man se bakom det som sägs. Man noterar vad som inte sägs explicit och lägger till det som fattas. Men det är ju inte säkert att det man lägger till är det som faktiskt är utelämnat. Beroende på graden av misstro och den egna fantasins gränser kan man lägga till större eller mindre förfärligheter, som man befarar har hänt eller kommer att hända. Fältet är fritt för spekulationer. Detta är den klassiska modellen för ryktesspridning. I länder där man lever under censur uppfattas medierna inte som trovärdiga, eftersom de inte är tillräckligt öppna. Man döljer sådant som läsarna vet har hänt eller de ser inkonsekvenser i framställningen. I detta fall kan medborgarna ju inte kräva ökad öppenhet, eftersom detta skulle leda till repressalier; här vänder folk sig i stället till underjordiska medier eller uppstår mytbildning och rykten (de Bens 1973:24, Frey 1973).

Är skälet till att man kräver öppenhet att man upplever *misstro* kommer kravet på öppenhet att öka efter hand. Eventuellt kommer vi då att formligen dränkas av information, vilket i sin tur kan innebära att det blir nya skäl för misstro, grundad på irritation och en känsla av maktlöshet inför överflödet. Exempel på stora, ständigt återkommande frågor är den försvunne diplomaten Wallenberg, den störtade Catalinan, baltutlämningen, passagerarfärjan Estonias förlisning.

Burgoon m.fl. (1994:46) visar en figur som illustrerar relationen mellan extroversion och effektivitet i kommunikationen. Till en viss grad höjer extroversion kommunikationens effektivitet, men när det blir för mycket minskar effektiviteten. Man blir helt enkelt trött på att höra på allt som sägs. Talaren framstår som en pratmakare och man stänger öronen.

Figur 2. Relationen mellan effektivitet i kommunikationen och öppenhet. Efter Burgoon m.fl. (1994:46).



Det finns således ett dilemma här: om kravet på öppenheten beror på misstro, kommer man om man vill uppnå trovärdighet att riskera att leverera så mycket information att man dränker åhörarna, vilket kan föda ny misstro. Ett exempel på detta är måhända Banverkets arbete med att informera om Botniabanan i Västerbotten. Relativt många informationsmöten har ägt rum, flera utställningar har presenterats, ett relativt omfattande informationsmaterial har tagits fram, en tidskrift produceras som når hushållen med jämna mellanrum. Intresset att delta i informationsmötena har dock minskat. Om det stora informationsutbudet har fött misstro är ovisst, om medborgarna känner sig välinformerade är också osäkert. Att ledningen för Botniabanan tagit sitt informationsansvar förefaller dock otvivelaktigt.

Det finns några sätt att komma ur dilemmat: skapa trovärdighet även på andra sätt, se till så att verksamheten har hög grad av visibilitet, lämna sådan information som är relevant för den aktuella målgruppen och situationen. Inget hindrar naturligtvis att man vidtar alla åtgärderna, eller att man hittar och tillämpar fler.

Den andra åtgärden förespråkas av Lennart Lundqvist (1998) som menar att ett sätt att demonstrera öppenhet är att godta kontroll. Vår offentlighetsprincip svarar mot kravet på visibilitet. (Se även Kaspersen, m.fl. 1992.) Den fungerar dock bara med offentliga handlingar. För privata företag gäller den inte och kan inte enkelt krävas beroende på att företagen ju lever i en konkurrensutsatt värld. Ändå har krav rests på privata företag att redovisa sådant som man tidigare inte offentliggjort, t.ex. VD-löner och s.k. fallskärmsavtal. Alla slag av företag har förmodligen anledning att se över rutiner när det gäller visibiliteten innan de utsätts för misstroendekampanjer, som kan bli enormt dyrbara även om de inte skulle vila på saklig grund. Det räcker alltså inte att man gör rätt, det måste också vara möjligt för andra att se att man gör rätt. Det räcker inte heller att företagen skriver in öppenhet i sin informationspolicy om man inte preciserar hur denna öppenhet tar sig uttryck, t.ex. i frågan om visibilitet.

Den tredje åtgärden har att göra med relevans. Varje talare eller kommunikatör vet att man aldrig kan säga allt. Det måste alltid vara fråga om ett urval av fakta man presenterar. Ingen människa orkar eller vill veta allt som finns att säga. Ett urvalskriterium kan då vara att säga det som är relevant att säga.

H.P. Grice (1975) har lärt oss att kommunikation bygger på samarbete. Grice formulerar

detta i några maximer: vi räknar med att folk säger sanningen till oss,⁹ att de säger precis så mycket som behövs för den aktuella situationen, att de avpassar språket så att vi förstår och på ett sätt som är lämpligt. En överordnad maxim till dessa är maximen om relevans, dvs. vi räknar med att när folk säger något till oss är det någon mening med det.

Om en talare utelämnar det som åhörarna hade väntat sig att han skulle säga och som de alltså menar är relevant, upplever de att han mörkar information. Talaren borde ha gjort en noggrannare mottagaranalys och frågat sig vad just dessa åhörare i just denna situation väntar sig att få höra. Tycker han att något ur hans synvinkel inte är viktigt, men som åhörarna kan bedömas anse relevant, bör han säga det ändå. Och om han förstår att de vill höra något som han inte vill säga, gör han klokt i att explicit behandla detta obehagliga (se för vidare resonemang om detta avsnittet om ärlighet).

Öppenhet är alltså en nyckelfråga för trovärdigheten. När skall man då inleda den öppna kommunikationen? Hance m.fl. (1991), som har studerat riskkommunikation anser att man inte kan börja tidigt nog. Så snart man inleder en beslutsprocess i en fråga som har med risk att göra måste man börja informera om den. Kännedom om hur besluten kommer att fattas i frågan är väsentlig för att man senare skall kunna uppfatta informationen som trovärdig, upplevd insyn är viktig (Hance m.fl. 1991:12). De menar rent av att folk är mera intresserade av och lägger ner mer möda i att förstå hur en organisation verkar, än möda i att förstå resonemangen bakom besluten som tas. Sätten som organisationer och myndigheter har att närma sig befolkningen kommer också att bestämma hur de ser på förslagen

⁹ Grice's teorier överensstämmer på väsentliga punkter med Habermas (1980), som bildar teoretisk utgångspunkt för Nohrstedt och Nordlund (1993).

som lämnas. (Se avsnittet om social kompetens.) Myndigheterna och deras agerande likställs med "svarta lådor" som folk inte kan se in i och som det är nödvändigt att öppna och avmystifiera.

Banverket och Skanska borde därför, när de hade problem med vattenföring i tunnelbygget i Hallandsåsen, ha kommunicerat detta problem. Nu avvaktade de med information och släppte ut den först när korna i omgivningen hade blivit förgiftade. I det läget är deras trovärdighet låg.

Vid förändringsarbete är det ytterst viktigt att de problem som är orsaken till förändringen snabbt kommuniceras inom organisationen. Ahrenfeldt (1995:241f) ger ett exempel som kan vara belysande. En VD i ett medelstort företag hade arbetat med en idé i ett halvt år när han presenterade den för ledningsgruppen. De ansåg att idén var utvecklingsbar och arbetade på den ytterligare ett par månader. Tio månader efter att VDn hade fått idén samlade han produktionsanläggningens folk och presenterade den kommande förändringen. Presentationen tog knappt en halv timme. Medarbetarna blev emellertid inte så entusiastiska över idén som VDn hade väntat sig, vilket irriterade honom. För en utomstående betraktare är det uppenbart att VDn hade orimliga krav på sina medarbetare: det som tagit honom ett knappt år att inse, skulle medarbetarna inse och entusiastiskt kasta sig över efter mindre än en halv timmes presentation!

Hittills har öppenhet behandlats väsentligen utifrån ett perspektiv: talaren skall vara öppen i sin kommunikation. Men det finns givetvis ett annat perspektiv också: talaren måste vara beredd att lyssna på åhörarna. I begreppet extroversion ligger att man tar in information utifrån och på grundval av detta fattar sina beslut. I det sammanhanget som här behandlas innebär detta alltså att talaren måste ta in information, lyssna, på åhörarna

för att framstå som en person som i ordets alla bemärkelser är öppen.

Öppenhet är alltså viktigt vid förändringsarbete och det förefaller möjligt att överföra erfarenheterna från förändringsarbete till information i exempelvis kris- eller riskkommunikation. Även i det senare fallet är det fråga om ett slags förändring, en förändring som kan vara nog så ingripande i fråga om syn på hur världen är beskaffad i ett eller annat avseende eller i fråga om behovet av att förändra sitt beteende. En chef som inte är öppen i sin kommunikation inför förändringar riskerar att tappa i trovärdighet, liksom en teknisk expert eller myndighetsperson när det handlar om något beslut som kan medföra ökad risk eller försämrad livsmiljö.

Kommunikationsförmåga

Den andra aspekten av extroversion är förmågan att *kunna* kommunicera. Denna aspekt av trovärdighet får inte samma uppmärksamhet i medierna som bristen på öppenhet. Ändå är det klart att en talare som står och stammar och inte finner ord för det han vill säga kommer att få trovärdigheten skadad. En expert som inte förmår använda ord som folk begriper framstår inte som trovärdig. Kan man inte tala så att folk begriper så ger man intrycket att inte heller kunna förstå hur folk tänker. Experten som inte hittar begripliga ord kommer att framstå som otillräcklig, eventuellt också som respektlös, eftersom han ju inte verkar bry sig om att åhörarna ska förstå vad han säger.

Att kunna kommunicera betyder bl.a. att kunna göra en målgruppsanalys, att utifrån den välja ord och stil som passar ämne och målgrupp. Det betyder att man är strukturerad och inte kaotisk. Det betyder att man inleder med att beskriva det som folk allra helst vill höra om, inte det man själv helst av allt vill berätta. Det betyder att man har möjlighet att

relatera till det som åhörarna redan har erfarenhet av. Det betyder också att man har förmåga att låta känslan lysa igenom i sitt sätt att tala. Det betyder att man har förmåga att lyssna och ta in även det man inte riktigt gillar att höra. Kommunikationsförmåga är starkt relaterat till social kompetens, som diskuteras i ett särskilt avsnitt.

Kommunikativ kompetens har kommit att bli allt mer efterfrågad på dagens arbetsplatser. Några exempel: I takt med att produktionstakten drivits upp förväntas medarbetarna snabbt lösa problem de ställs inför i processen, diskutera sig samman och gemensamt lösa problemet snabbt och på plats. På företaget SSAB i Luleå och i Borlänge har medarbetarna gått på kurs i samtalsteknik respektive retorik för att kunna fungera bättre i det löpande förbättringsarbetet i produktionsprocessen. Efter hand som informationsmängden i en organisation blir alltför omfattande därigenom och svår att hantera förväntas medarbetare kunna sovra i informationen, lyfta fram det väsentliga och presentera slutsatser för andra medarbetare eller beslutsfattare. Förändringstakten i samhällslivet är hög, medarbetare förväntas ta aktiv del av förändringarnas genomförande vilket ställer höga krav på såväl chefers som medarbetares kommunikativa kompetens (Hedquist 1998a).

Politiker har sedan länge anklagats för bristande kommunikativ kompetens.¹⁰ Kritiken riktar in sig på det politiska språket, som uppfattas som undanglidande, i avsaknad av klarhet och tydliga ställningstaganden. (Se t.ex. Fredriksson 1966 och Hedquist 1981, Svensson 1993, se också resonemanget i avsnittet om sanning och social kompetens.) SOM-gruppen har inte studerat denna aspekt av trovärdighet när det gäller samhällsinstitutionerna. En del av de frågor som gäller mass-

medierna handlar dock om deras kommunikativa kompetens.

Ett exempel på att god kommunikativ kompetens kan befördra trovärdighet ger Lena Mellin (Aftonbladet, 3/11 1998) som intervjuar två kommunpolitiker vilka är långt mer framgångsrika i sina kommuner än vad deras partier är på riksplanet. Det är moderaten Göran Holm i Vellinge och vänsterpartisten Kent Persson i Norberg. Hon lyfter fram några egenskaper som gjort dessa politiker så populära i de kommuner där de verkar; en av dessa egenskaper är att de är kommunikativa, extroverta, de går aktivt ut och lyssnar på folk. Dessa två politiker, i vardera änden av det traditionella politiska spektrumet, uppfyller alltså kravet på extroversion, de både kan och vill kommunicera, vilket är ett av skälen till att de framstår som trovärdiga och alltså värda kommuninvånarnas röster.

Extroversion i betydelsen att kunna och vilja kommunicera är sålunda en viktig faktor för trovärdighet.

Självkontroll

En talare som fladdrar med blicken och med papper, som stammar och hummar, som skriker och är obehärskad, som när alla andra är nervösa är nervösast, som gråter och är allmänt kaotisk är mindre trovärdig än en lugn, stadig, trygg person som talar med fast röst, tittar folk i ögonen och har *kontroll* över sina papper och sig själv. Att vara trygg och samlad är utan tvekan en viktig faktor för trovärdigheten. Burgoon m.fl. (1994:44) använder begreppet *composure* för att beteckna denna egenskap hos en talare och menar med det att en person som, särskilt under avsevärd stress, uppfattas som samlad och lugn är mera trovärdig än en person som uppträder nervöst och handlar obalanserat.

10) Redan Platon anklagade i dialogen Gorgias politikerna/retorikerna för att lura folk med sitt språk i stället för att söka och förklara sanningen.

Det som åhörarna avläser när de avgör om en talare är lugn och behärskad eller nervös och osäker är talarens icke-verbala kommunikation. Det kan vara skiftningar i rösten, stammanden, hummanden och andra tvekljud, det kan vara gester och ansiktsuttryck, minspel, ögonkontakt, sätt att sitta, gå eller stå, hur man pekar, ordning i kläder, ordning i papper eller OH-bilder, oförmåga att sätta på OH-apparat eller video, dålig kontroll på tiden etc. Alla icke-verbala uttryck har stor betydelse för den totala kommunikationen och underskattas ofta. Alla sådana icke-verbala uttryck har dessutom det gemensamt att de är flertydiga. Det verbala språket är också flertydigt: de flesta ord har flera mer eller mindre snarlika betydelser, och det är sammanhanget som i varje enskilt fall avgör vilken tolkning som är aktuell. De icke-verbala uttrycken är dock *ännu* flertydigare och lämnar *ännu* större utrymme för betraktarens tolkning. En person som stammar behöver inte alls vara nervös, han kanske alltid stammar. En person som har röda kinder och svettas behöver inte vara osäker, han kanske har feber. En person, som ser ut att vilja lämna mötet och kanske rent av gör det vid första bästa tillfälle, behöver inte ha någon kunskapsbrist att dölja, han kanske mår illa eller har en anhörig som är sjuk.

En person som uppvisar tydliga tecken på nervositet eller brist på behärskning uppfattas lätt som i avsaknad av kontroll över situationen. Bristen på kontroll kan i sin tur bero på osäkerhet eller att han helt enkelt saknar förmåga att ordna och strukturera. En person som är osäker föder också osäkerhet bland åhörarna, som kanske lyssnar bl.a. för att minska sin egen osäkerhet eller ovisshet i ett visst avseende. Känner man att den som talar inte kan minska den egna osäkerheten blir man ointresserad eller irriterad, beroende hur viktigt ämnet är.

Eftersom det icke-verbala uttrycket ofta är mångtydigt kan det finnas många tolkningar till varför en talare framstår som osäker. Åhörarna kan tolka, dra slutsatser och formulera hypoteser om orsakerna till det man uppfattar som nervositet. Nedan listas några tänkbara sådana hypoteser:

- åhörarna kan uppfatta att talaren inte vet vad som är sant, talaren har inte kunskap.
- åhörarna kan uppfatta att talaren vet sanningen, han har kunskap, men han vill inte tala om den.
- åhörarna uppfattar att talaren inte har ordning på sina egna papper, och hur ska man kunna lita på någon som inte ens kan ta hand om sig själv.
- åhörarna uppfattar att talaren inte har förberett sig ordentligt, inte satt sig in i ämnet ordentligt, inte tagit reda på vem som skall lyssna, inte tagit reda på varför han egentligen står där, inte tagit reda på vad åhörarna mest av allt vill höra, etc.
- åhörarna uppfattar personen som allmänt ostrukturerad, kaotisk. Saknas struktur i ett anförande visar talaren att han inte har något mål, han vet inte ens själv vad han vill eller om han ens vill något. En sådan person kan man förstås inte lita på.

Ovan nämns att åhörarna lyssnar på någon för att eliminera sin egen osäkerhet. Om talaren med sin egen osäkerhet inte kan minska lyssnarens utan kanske rent av ökar den är det ett skäl att sluta lyssna. Det är tydligt att en talare i någon mån också är en ledare och det är ingen slump att stora ledare i historien också har varit stora talare. De faktorer som konstituerar trovärdighet är i själva verket också faktorer som är viktiga ledaregenskaper, en

ledare måste vara trovärdig. En ledare är en person som bland många andra egenskaper har mera kunskap än dem han eller hon skall leda (åtminstone i vissa, för ledarskapet väsentliga, områden), och han eller hon har förmåga att minska osäkerhet genom sin egen förmåga att ha kontroll över situationen, tänka klart i stressade lägen. Men upptäcker man att ledaren i vissa situationer blir kaotisk och tappar förmågan att leda, kan man inte riskera att ge honom eller henne förtroendet att vara ledare.

Aristoteles konstaterade att varje samhällskategori har sina egna normer. Detta gäller säkert i ovanligt hög grad när det gäller aspekten självkontroll. Det finns all anledning tro att kraven skiljer sig avsevärt mellan mer och mindre formella situationer, mellan olika familjers normer, mellan olika kulturer. I en formell situation som i en domstol, i en kyrka, i riksdagen eller i en skola ställer man höga krav på ordning och struktur. Högsta kraven kanske i domstolen och i kyrkan, där talarna i vissa fall har rent ritualiserade sätt att uttrycka sig.

För talare i offentliga situationer, presskonferenser, i riksdagen, i predikstolen, i skolan, på universitetet, gäller ganska högt ställda krav på kontroll och ordning. Detta oavsett om det är en vardaglig situation eller om det är en kaotisk, känslomässigt laddad, t.ex. i samband med en större olycka. En talare som har en mera amatörmässig roll har man säkert ganska stor tolerans med. Den nervositet som visas blir begriplig, eftersom man själv i samma situation skulle ha varit minst lika nervös. I privatlivet har man nog som regel avsevärt lägre krav på lugn och balans än i offentliga sammanhang.

Följande matris kan illustrera var och när man ställer mera hårda krav på lugn och balans respektive var och när man har en mera kaostolerant inställning.

Figur 3. Kaostolerans

Lugn och balans förväntas	Kaostolerans
Formell situation	Privatliv
Allvarlig, kanske livshotande situation	Vardaglig situation
Professionell talare	Amatör
Myndighet, större företag eller organisation	Hemmaklubben

Därmed kommer vi in på nackdelarna med att vara lugn och balanserad. Om lugnet och balansen är alltför påtagligt, om strukturen är så strikt att den är omöjlig att rucka på, om talaren visar de OH-bilder han tagit med sig trots att de är klart olämpliga tappar talaren i trovärdighet, beroende på att han framstår mera som en robot än som en människa av kött och blod. (Se även Burgoon m.fl. 1994:291.) Och en robot kan visserligen hålla huvudet kallt i stressade situationer, men man är inte beredd att ge honom sitt förtroende. Detta innebär att vi faktiskt ställer ännu högre krav på den professionelle talaren i den stora organisationen: dels vara strukturerad, utstråla trygghet och uppvisa lugn och balans, dels demonstrera att hon eller han har medkänsla och är medmänsklig. Det är kanske här som *balansen* kommer in; balans innebär ju att man hanterar två enheter, där den ena inte får väga över för mycket.

En talare måste alltså för att ernå och bibehålla trovärdighet framstå som lugn och samlad även i pressade situationer, han måste veta vad han vill åstadkomma med sitt anförande, men vara beredd att på ett kontrollerat sätt reducera målet, han måste kunna visa att han är känslomässigt berörd av vad han har att informera om, han måste vara väl förberedd och ha klart för sig vad han kan och vad han inte kan, han måste ha koll på sitt förberedda illustrationsmaterial, men vara beredd att avstå från det om det inte är passande i den aktuella situationen.

Konsekvens¹¹

I november 1998 visade man i svensk teve bilder av en japansk bankdirektör som grät. Han förklarade på en presskonferens att hans bank hade misslyckats, att den hade gjort stora kreditförluster, att det japanska folket hade väntat sig mycket av honom och hans bank, men att han hade svikit deras förtroende. Han grät av skam. Bilderna var för en svensk publik chockerande och svåra att förstå. Skulle en svensk bankdirektör handla på samma sätt som japanen skulle man snarast tro att han eller hon förlorat förståndet. Detta exempel visar att det finns stora kulturella skillnader mellan Japan och Sverige, vilket vi svenskar förmodligen hanterar med viss förundran, men också med förståelse och överseende: så gör man i Japan.

Den japanske bankdirektören har dock knappast förlorat i trovärdighet trots att han gråter – åtminstone inte i den japanska kulturen. Trovärdigheten måste ställas i relation till vad som kommuniceras. Om bankdirektören hade sagt att han tycker att han är en bra bankman, att banken på det hela taget har klarat krisen bra och att han och banken är värda fortsatt stöd, innebär gråtandet att han förlorar all trovärdighet och åhörarna står undrande inför ett motsägelsefullt uttalande. Men när han säger att han har misslyckats i sin uppgift och att han är värd ringaktning och då kommer gråtandet att stödja hans verbala uttalande. Vi uppfattar att han verkligen menar vad han säger. I det första fallet är talaren inte *konsekvent*; i det andra är han det.

Vi påminner oss Aristoteles ord, när han skriver att man måste använda ett ilsket språk för att uttrycka vrede, ett språk som uttrycker avsmak och motvilja när man talar om respektlöshet eller oanständigheter. Denna sida av språket är en faktor som gör att folk

tror på att det du säger verkligen är sant. De drar den falska (sic!) slutsatsen att du är pålitlig eftersom de själva reagerar som du när de råkar ut för något som du beskriver för dem. Därför kommer de att uppfatta det du säger som sant, vare sig det är det eller ej. Dessutom, säger Aristoteles, kommer åhörarna alltid att känna med en emotionerad talare, även om det inte finns något i hans argument. Till yttermera visso kommer detta genuina sätt att visa att din berättelse är sann genom att du öppet visar dina känslor och visar din personliga karaktär. Aristoteles tillfogar också att varje samhällskategori har sitt eget sätt att visa att något är sant (Rhetorica 1408a och b).

Varje del av detta svarar mot en aspekt av den japanske bankdirektörens uppträdande i teve. Inte minst den sista meningen!

Det finns kommunikationsteoretiker som anser att konsekvens, dvs. att saker och ting måste hänga ihop, är det viktigaste kravet för att skapa attityder och åstadkomma beteendeförändringar. Den information som man får måste passa in med den information man tidigare ägde och de attityder som man tidigare bekände sig till, annars kommer resultatet att bli förvirring och spänningar (Jowett & O'Donnell 1992:133f). Denna spänning kan ha negativt inflytande på en persons eller ett påståendes trovärdighet och därmed förhindra att budskapet går fram, men om oron kan kanaliseras kan den också leda till beteendeförändringar. Jowett och O'Donnell ger exempel på detta. Rökare har ofta en positiv attityd gentemot god hälsa och långt liv. När de får ny information om rökningens skadlighet föder denna oro och spänning som *kan* kanaliseras i en beteendeförändring: man slutar röka.

Vanligtvis tänker man sig dock att konsekvensen bör upprätthållas för att öka trovärdigheten. Nedan följer ett antal tänkbara

11) Konsekvens svarar här mot det engelska ordet *consistency*. Den svenska synonymen "följd, resultat" är alltså inte aktuell här.

dimensioner där konsekvensen kan vara otillräcklig och där bristande konsekvens kan leda till bristande trovärdighet.

Den verbala och den icke-verbala kommunikationen måste överensstämma.

Var och en som försökt säga något som han eller hon inte själv tror på vet hur svårt det är att göra det på ett trovärdigt sätt. Som regel blir det glidningar i ordval, pauser och rena kroppsspråkliga yttringar som avslöjar både för talaren och för åhörarna att inte ens den som talar tror på det som sägs. Aristoteles antyder visserligen att man kan lura sina åhörare med att spela en känsla som man inte har, men för de flesta talare är detta svårt eller omöjligt.

En persons uttalande måste överensstämma med personens handlingar.

Man kan inte påstå en sak, göra något annat och ändå förbli trovärdig. En rökare som gör antirökpropaganda är inte trovärdig, om han inte kan uppvisa att han har lungcancer och alltså står som ett exempel på hur det går om man röker. En dietist eller sjukgymnast som är överviktig har trovärdighetsproblem. En polis som kör mot rött ljus eller bryter mot hastighetsbestämmelserna likaså.

Hösten 2000 blev situationen ohållbar för en minister i den svenska regeringen. Hon hade medverkat i ett lagförslag som skulle göra det svårare att omvandla hyresrätter till bostadsrätter, men valde själv att köpa in sig i sin bostad och att alltså omvandla den till bostadsrätt. Efter stark kritik valde hon att lämna regeringen.

En annan aspekt av detta slag av konsekvens är att en talare måste hålla vad han lovar. Att säga att man kommer att göra något som man sedan inte gör är trovärdighetssänkande. Detta kan rentav vara det viktigaste trovärdighetssänkande beteendet av alla. Löftesbrott behandlas utförligare under avsnittet Karaktär.

Den språkliga formen måste stämma med innehållet.

Ett allvarligt budskap måste inte bara åtföljas av ett icke-verbalt uttryck som stämmer med innehållet, även språket måste vara högstämt och ge uttryck för den känsla som ligger i budskapet. Stilen måste med andra ord anpassas inte bara till åhörarna utan också till meddelandets innehåll. Aristoteles är mycket tydlig på denna punkt. Denna aspekt av konsekvens är parallell med den första. Det är även här formen som måste samspela med innehållet.

Den verbala argumentationen måste ha en sammanhängande inre struktur, motsägelser existerar inte, inte heller tankesprång.

Denna aspekt av konsekvens har berörts i avsnittet om självkontroll. För att åhörarna skall känna att en talare och ett budskap äger trovärdighet måste man uppleva att det finns en ordning, en struktur i det som sägs. Är denna struktur osynlig eller framstår framställningen som ostrukturerad är detta ett allvarligt handikapp för den som söker vara trovärdig. Finns motsägelser kommer talaren helt enkelt att argumentera mot sig själv, vilket givetvis sänker trovärdigheten (Nohrstedt & Nordlund 1993:49). Finns tankesprång kan åhörarna inte följa tankegången och kan komma att finna talaren respektlös eller ostrukturerad. Men åhöraren kan dessutom uppfatta att talaren försöker dölja vissa aspekter av en problematik, vilket ytterligare sänker trovärdigheten. (Se avsnittet om Öppenhet.)

Ett uttalande måste vara i samklang med andra uttalanden från samma organisation. De kan överlappa och komplettera varandra, men de får inte konkurrera.

Att två uttalanden från samma organisation överensstämmer är alltså trovärdighetshöjande (Hance m.fl. 1991:14ff). Detta ses också ofta som mycket väsentligt av myndigheterna.

Men om lyssnarna upplever att samstämmigheten beror på att informationen är styrd eller att man förtigt information fungerar den inte. Förekommer sådant i en risksituation upplever lyssnarna snarare ökad än minskad risk (Nohrstedt & Nordlund 1993:57). Samstämmigheten måste alltså vara genuin liksom kommunikationen i övrigt för att fungera fullt ut.

Ett uttalande måste överensstämma med andra, tidigare uttalanden.

Konsekvens mäts alltså också över tid. Åhörarna kommer att beakta det som de har hört tidigare av den aktuella källan och väga in detta i sin bedömning av trovärdigheten. Har då en person med stor emfas påstått A vid ett tillfälle och påstår B vid ett annat tillfälle är detta trovärdighetssänkande. En av tillitens fyra nyckeldimensioner, enligt Kasperson m.fl. (1992), är förutsägbarhet (predictability). En person som ändrar uppfattning ofta är oförutsägbar och därmed opålitlig. Att ändra uppfattning i en viss fråga innebär alltså vissa risker för trovärdigheten.

Frågan när och hur det är möjligt att ändra uppfattning med bevarad trovärdighet. Det kan ju verka ärligt och uppriktigt att deklarerat att tidigare hade jag uppfattningen A, men livet och omständigheterna har lärt mig att detta var fel, och nu har jag i stället antagit uppfattningen B. Ärligheten är en plusfaktor för trovärdigheten. Det finns dock en risk att hos åhörarna insmyger sig känslan av att om han har haft fel en gång, kan han ha fel ännu en gång. Har lyssnarna hyst verklig tillit får den sig en allvarlig knäck. I någon mening kan man säga att det är god ekonomi att luta sig mot en ledare som har rätt direkt.

Förre finansministern Kjell-Olof Feldt behandlar problemet med att ändra sig i politiken i sin kolumn i Dagens Nyheter den 27 januari 1999. Han tar upp diskussionen med utgångspunkt från de politiska omprövningar

som regeringen visat upp under januari 1999. Man har uttryckt sig positivt om EMU-medlemskap, lovat sänkta skatter, inklusive sänkt företagsbeskattning, börjat förhandla med näringslivet om tillväxtens förutsättningar. Feldt menar att det alltid är svårt att ändra sig i politiken hur välmotiverad omprövningen än är, men "riktigt problematiskt blir det om den verkar framtvungad, utan någon begriplig anknytning till partiets idémässiga grundvalar". Feldt använder faktiskt aldrig ordet *trovärdighet*, men det är ändå uppenbart att det han diskuterar är ett problem för trovärdigheten.

Under de senaste åren har vi sett hur individer och organisationer tvingats medge att de har haft fel, trots att de med kraft har hävdats att de har haft rätt tidigare. Biltillverkaren Mercedes med sin modell A-Klasse är ett bra exempel. Mercedes hävdade inledningsvis att bilen inte alls var vältningsbenägen och sökte rent av misskreditera journalisten som skrev om vältningsrisken. Därefter erkände de att bilen faktiskt hade vältningsstendenser, men att det berodde på däck, varpå man raskt bytte däck. När tyska motorjournalister fann att bilen fortfarande ville välta vid undanmanöver satte man in en rad olika åtgärder som skulle säkerställa att bilen skulle hålla sig på rätt köl. När man nu långt om länge har en bil, som efter allt att döma verkligen är säker, har nog trovärdigheten fått sig en allvarlig knäck, trots att man erkänt och åtgärdat.

Kunskap

Det finns forskningsresultat som visar att *kunskap* är den enskilt viktigaste faktorn för trovärdighet (Berlo m.fl. 1969). En talare kan vara lugn och balanserad, öppen och kommunikativ, social och attraktiv, men erfar vi att han inte har kunskap om det han talar om är han ändå inte trovärdig och åhörarna kommer inte att bli övertygade.

Kunskap kan man enkelt uttryckt erhålla på två vis: man kan studera och läsa sig till den, och man kan ernå kunskap med praktisk erfarenhet. I själva verket krävs nog i många fall att man har såväl erfarenhetskunskap som teoretisk kunskap för att man skall framstå som trovärdig. Man måste ha visat att man kan omsätta de teoretiska kunskaperna i praktisk användning för att ernå optimal kunskapsnivå.¹²

Kunskapen måste ha relevans för det som talaren behandlar. Kasperson m.fl. (1992) nämner fyra olika dimensioner för det som de kallar *social trust*, varav en är *competence*, vilket närmast svarar mot svenskans kunskap. För personer och institutioner som hanterar frågor av riskkaraktär bedöms kompetensen inom ansvarsområdet, dvs. det område där han har mandat att vara ansvarig. En professor i kemi har hög trovärdighet när han talar om kemiska ämnen, men inte nödvändigtvis när han talar om fotboll, om kaffeautomater eller om politik.

Kunskap innebär att man vet något som åhörarna inte vet, vilket är en av förutsättningarna för ledarskap, vilket nämnts ovan. En ledare är således en person som bland många andra egenskaper har mera kunskap än dem han skall leda (åtminstone i vissa, för ledarskapet väsentliga, områden), och han har förmåga att minska gruppens osäkerhet genom sin egen förmåga att ha kontroll över situationen. Men även genom att tillhandahålla sin kunskap om sakernas tillstånd kan han minska osäkerhet. Kunskap är alltså en nödvändigt om än inte tillräcklig faktor för trovärdigheten och för ledarskapet.

Hur kan man då göra sina åhörare medvetna om att man har kunskap? Många talare som möter en ny publik brukar inleda med att åter-

ge vad de har gjort tidigare, ibland vad de har för utbildning eller vilken position de har i den ena eller den andra organisationen. Som påpekades i inledningen måste etos, dvs personligheten, bli synlig tidigt i mötet mellan talare och åhörare. Innan åhörarna vet att talaren är värd att lyssna till är de inte beredda att tro på det som sägs. Att informera om sin kunskapsnivå är kanske det lättaste att ta till vid det första mötet med åhörarna. Att säga att man inte kommer att ljuga eller dölja sanningen för dem som lyssnar är mera fordrande. Vissa talare, som har mindre behov av att briljera med sin kunskap, kanske etablerar sitt etos med att inleda med en rolig historia för att åhörarna skall förstå vilken socialt begåvad person de har mött. Andra börjar med att berätta när de senast var på den plats när de nu befinner sig, för att anknyta till behovet av identifikation.

Men om man nu inleder med att berätta hur mycket man vet, finns det förstås en uppenbar risk att man framstår som skrytsam, vilket drar ner trovärdigheten. Det är därför klokt att nöja sig med att antyda sin kunskapsnivå och allra bäst är kanske att låta någon annan tala om allt vad talaren kan och har gjort i en introduktion.

Titlar som doktor, docent, professor eller "ledande expert på området X" visar att man inom ett speciellt område har en hög eller mycket hög kompetens. Verksam vid institutet Y, tidigare samarbetspartner med Z, erfarenhet från landet A, kvinnan bakom framgångarna med B, etc. är andra sätt att uttrycka att en person besitter en viss kunskapsnivå. De uttrycker dessutom ofta en position eller maktställning som en person har, vilket också är en faktor som har betydelse för trovärdigheten.

Åhörarna kan alltså redan innan de möter talaren känna till att han är kunnig, de kan få

12) Vårt begrepp kunskap svarar antagligen mot det som Aristoteles kallar *visdom* (gott förstånd). Tyvärr, kanske man får tillägga; visdom får väl betraktas som ett högre tillstånd, som inte bara omfattar teoretisk kunskap och praktisk erfarenhet, utan också gott omdöme och förmåga att ur kunskapen dra livserfarenhet.

upplysning om talarens kunnsighet i en introduktion av en introduktör eller av talaren själv. Men de kan också märka efter hand att talare faktiskt är kunnig. Det kan bli synligt i språkbruket, t.ex. genom användning av fackuttryck, eller genom antydningar och hänvisningar, ett slags "name-dropping", eller genom att talaren presenterar information som man bara kan ha om man är kunnig.

Att uppvisa att man har kunskap är ett sätt att framstå som en auktoritet, vilket höjer trovärdigheten. Har man inte tillräckligt mycket kunskap själv, eller har man inte själv gjort tillräckligt många egna erfarenheter, kan man nyttja andras. Det kanske vanligaste sättet bland talare som har en tydlig offentlig position, politiker, företagsledare och dylikt, är att hänvisa till utredningar eller till forskning. Ett annat sätt är att hänvisa till andras, helst åhörarnas, erfarenhet. (Mer om detta under rubriken Social kompetens).

Om en person kan visa att han eller hon är en auktoritet på ett område, har överlägsen kunskap på det området, kan det innebära viss överspridning även till andra områden. Läkare är en yrkeskategori för vilken det krävs mångåriga studier och mycket erfarenhet. Läkare har stor auktoritet när de behandlar åkommor, men deras auktoritet kan också överspridas till andra områden. Ibland organiserar sig läkare för att i kraft av sin auktoritet utöva påtryckning även på områden där de inte har en självklar auktoritet, t.ex. organisationen Läkare mot kärnvapen. Det visar dessutom att läkare har en hög egenuppskattning. Vi har aldrig sett organisationen "Hårfrisörer mot kärnvapen", eller "ICA-handlare för fred", eller "Taxiförare utan gränser".

Ibland blir dock läkarnas auktoritet ifrågasatt. Så skedde när ett antal läkare protesterade mot att den nya järnvägen, Botniabanan, skulle dras förbi universitetssjukhuset i Umeå. I en debattartikel i VästerbottensKuriren (22/10

1998) kritiserar en trafikforskare dessa läkare för att otillbörligt ha nyttjat sitt förtroendekapital och sin pondus som läkare. Han är också doktor, anför han, men i trafik- och samhällsplanering, och han gör inga anspråk på att ha mer än genomsnittlig inblick i olika medicinska specialiteter. Därför yttrar han sig inte heller i sådana frågor i polemik mot en läkare.

Framgångsrika idrottsstjärnor kan utan tvekan betraktas som auktoriteter och ha hög trovärdighet när de uttalar sig om skidåkning och tennisspelande. Men i all synnerhet om de uppfattas som attraktiva, trevliga personer kommer de också att framgångsrikt kunna nyttja sin på sportarenorna erövrade auktoritet i många andra sammanhang. Deras auktoritet översprids till andra områden, i synnerhet närbesläktade sådana. När Ingemar Stenmark t.ex. gör reklam för gräsklippare är det knappast hans auktoritet som skidåkare som efterfrågas. Då är det nog enbart faktorn "attraktivitet" som gäller.

Faktisk kunskap behöver dock inte nödvändigtvis vara detsamma som uppfattad kunskap. Burgoon m.fl. ger ett exempel på detta (1994:40f). En vit kvinna som skulle berätta om det afrikanska folket Ashanti, för en grupp afro-amerikaner uppfattades som icke-trovärdig beroende på att hon var vit. Att hon var född i Afrika, talade ashanti flytande, hade levt med Ashanti under långa perioder och av dessa uppfattades som en av dem spelade ingen roll. Hon lyckades inte göra sannolikt att det som hon utgav sig för att vara, expert på Ashanti, faktiskt var sant.

Arvidson (1998) som har undersökt informationen i samband med Hallandsåshändelserna 1997 finner att lokalbefolkningen är mycket kritisk. En av de kritiska punkterna är att informationen var bristfällig, vilket kan betyda att den inte är tillräckligt genomarbetad, dvs. man har inte kunnat informera på ett tillfredsställande sätt (se avsnittet om Extro-

version). Men det kan också betyda att de som svarar för informationen inte har haft tillräckligt mycket kunskap. Att inte ha tillräckligt med kunskap är en oerhört stark anklagelse, med tanke på att man har utsatt befolkningen för risker, som de själva inte kunnat påverka. (Jfr Kaspersons m.fl. ovan nämnda krav på kompetens inom ansvarsområdet.)

Arvidson anser också att det är en fråga om "ett spel mellan två poler: lokalintresse mot riksintresse, gräsrot mot myndighetsperson, vardaglig erfarenhetskunskap med historisk tradition i samklang med det omgivande samhället mot kunskap från formell eller teoretisk utbildning skapad i relativ isolering från verkligheten" (s. 77). Lokalbefolkningen stod också frågande inför Skanskas och Banverkets själv-tillräcklighet och obenägenhet att fråga efter deras kunskap. Som synes är det inte alltid säkert att den formella kunskapen har högre status än erfarenhetskunskapen. I själva verket accentuerar händelserna runt Hallandsåsen behovet av att nyttja såväl teoretisk kunskap som erfarenhetskunskap för att uppnå optimal trovärdighet

Dessutom är det uppenbart att riskkommunikatörer inte bara behöver ha kunskap om exempelvis det riskabla ämnet. De måste också ha kunskap om folks levnadsvillkor, för att kunna anpassa informationen och därmed upplevas trovärdiga (Nohrstedt & Nordlund 1993:51).

Ungdomarna som överlevde katastrofbranden i Göteborg hösten 1998 anklagar brandmännen för bristande kompetens. Brandmännen har inte gjort allt vad de kunnat för att rädda, de har hindrat ungdomar från att gå in i huset för att rädda kamrater, identifieringen av de omkomna har tagit för lång tid, liksom utredningen av brandorsaken (Friborg i Dagens Nyheter, 4/11 1998). Anklagelserna gäller dessutom att man inte har brytt sig tillräckligt, alltså närmast en etisk anklagelse.

Anklagelserna mot brandmännen i Göteborg kan förmodligen med fog avvisas. Åtminstone har brandmän i teve vittnat om att de aldrig arbetat så hårt i hela sitt liv, att de gjort insatser som stred mot säkerhetsbestämmelserna och att de arbetat långt fler timmar än vad de är skyldiga att göra. Anklagelserna bottnar förmodligen i frustration och förtvivlan, samt okunnighet om vad som faktiskt är möjligt att göra i en sådan situation. Dvs. de anklagande känner inte till vad som är den yttersta gränsen för brandmännens kompetens. De tillskriver dem en högre kompetens än vad de faktiskt har och kan ha. Alltför höga förväntningar på en persons kompetens kan alltså innebära besvikelse och att trovärdigheten minskar.

Sammanfattningsvis. Relevant kunskap som är baserad på såväl teoretiska studier som praktisk erfarenhet och som omfattar även den värld som mottagarna lever i är avgörande för att en talare skall uppfattas som trovärdig. Kunskap inom ett område kan överspridas till ett annat, särskilt om talaren har hög status. Förväntningar om en mycket hög kunskaps- eller kompetensnivå kan emellertid vara orealistiskt högt ställda vilket riskerar att försvaga trovärdigheten.

Social kompetens

När experter möter allmänheten, t.ex. i frågor som rör risk, tenderar det största problemet i mötet dem emellan vara att experterna inte tar tillräcklig hänsyn till folks oro (Sjöberg 1980, Sjöberg 1995, Sundström-Frisk 1995). I handledningen *Improving Dialogue with Communities* (Hance m.fl. 1991) är detta ett genomgående tema. Problemet är att experterna många gånger tenderar att se lekmän som irrationella och inkonsekventa (Sundström-Frisk 1995), medan lekmännen ser experterna som överlägsna, bl.a. genom att använda obegripliga fackuttryck (Hance m.fl. 1991) eller mer eller

mindre korrupta (Sjöberg 1980). Lekmännen upplever att experterna inte tar deras oro på allvar. Det är i grunden svårt för lekmännen att känna förtroende för experterna.

När experterna ser lekmännen som irrationella kan det bero på att dessa upplever risker på annat sätt än experterna gör. De senare tenderar att se risker utgående från sannolikhetsberäkningar, medan lekmännen influeras av upplevelser av riskens konsekvenser och karaktär (Sundström-Frisk 1995). En emotionellt baserad oro kan inte enkelt reduceras till intellektuella bedömningar. Sjöberg (1995) nämner fobiska reaktioner som ett bra exempel på detta. En fobisk reaktion är en stark rädsla och ångest inför något som man vet är ofarligt, exempelvis torgskräck. En expert som skall kunna uppta ett samtal med en starkt orolig person måste alltså acceptera att denna oro är rimlig, trots att experten vet att den ur hans eget perspektiv är obefogad. Det ställs med andra ord höga krav på expertens *sociala kompetens*.

Under avsnittet *Earning trust and credibility* lyfter Hance m.fl. (1991) fram fem frågor, vars svar har betydelse för att framkalla förtroende och tillit (trust) hos allmänheten gentemot en organisation som arbetar med riskfrågor: (a) Är organisationen kompetent?, (b) Ser organisationen ut att bry sig?, (c) Uppmuntrar organisationen meningsfullt engagemang från befolkningen?, (d) Verkar organisationen hedervärd, rättskaffens (honourable)?, (e) Tar organisationen hänsyn till faktorer som upprör folk (outrage factors)? Faktorerna b, c, och e har utan tvekan med social kompetens att göra; faktorerna a och d behandlas på annan plats i denna studie.

Social kompetens är alltså en faktor som har betydelse för hur man uppfattar en talares trovärdighet. Ett beteende som karakteriserar en talare med social kompetens är att han visar att han respekterar åhörarna, med ett

modernt uttryck: han visar dem *respekt*. För Aristoteles var *välvilja*, dvs. närmast att talaren visar att han respekterar åhörarna, en av de tre viktigaste egenskaperna hos en talare med ett gott etos.

Strandberg och Thelander (1998) har undersökt hur de boende runt Hallandsåsen har upplevt oro med anledning av giftutsläppet i samband med tunnelbygget. De tillfrågade anger att de redan innan kände lågt förtroende för Båstad kommun och de som varit i kontakt med Banverket känner sig illa bemötta, vilket innebär brist på respekt. Arvidson (1998), som gjort studier av hur informationen sköttes i samband med Hallandsåshändelserna beskriver kommuninvånarnas uppfattning om informationen efter förgiftningshändelsen i väsentligen negativa ordalag: framtvingad, ensidig, bristfällig, okvalificerad och oärlig. Här visas alltså brister med avseende på flera av de faktorer som konstituerar trovärdighet; det är fråga om brist på öppenhet, respekt, ärlighet, sanning, kunskap.

Ett sätt att visa respekt nämns ovan och har tidigare behandlats: man visar öppenhet, utan att åhörarna känner att talaren är tvingad till det. Åhörarna får en känsla av att de är värda att få höra allt som har betydelse i sammanhanget. Döljer talaren väsentligheter visar han att han misstror åhörarna, vilket i sin tur föder misstro i retur. Talaren har inte förtroende för åhörarna och då får de inte förtroende för honom. Medborgare i ett demokratiskt samhälle har dessutom rätt att få veta saker och ting som de är berörda av.

Ett annat sätt att visa respekt, som är väl känt sedan antiken, är att i sin argumentation ta exempel från åhörarnas erfarenhetsvärld. Med detta visar man att åhörarnas erfarenhet och kunskap är så mycket värd att den har betydelse för den egna argumentationen. Åhörarna kommer på detta sätt dessutom att bli involverade och bevisföringen blir deras egen.

Att respektera någon betyder också att 'ta hänsyn till' (Illustrerad svensk ordbok). För att kunna ta hänsyn till någons situation eller uppfattning måste kunskap om denna situation eller uppfattning inhämtas. Det kan man göra på olika sätt; ett sätt är att i en dialog lyssna till vad motparten har att säga.

Undersökningarna av Hallandsåshändelserna visar att lokalbefolkningen efterlyser dialog och att man känner sig kränkt av att inte ha blivit lyssnad på. De kunskaper som lokalbefolkningen hade om förhållandena i och runt åsen upplevde man att Banverket och Skanska inte fäste avseende vid. Banverket har sedan dess gjort en hel del för att förbättra sin skadade trovärdighet, men Palm kritiserar Banverkets informationspolicy där fortfarande inget nämns om lyhörighet, dialog och vikten av att främja ett ömsesidigt informationsutbyte med olika intressenter (Palm 1998).

Hance m.fl. (1991) lägger mycket stor vikt vid den ömsesidiga respektfulla dialogen. De anser att en organisation igångsätter ett projekt som innebär risk i något avseende, måste man involvera allmänheten redan från starten. Ett tidigt engagemang från allmänhetens sida kan leda till att organisationen och allmänheten gemensamt söker lösa problemen. Omvänt, om man inte gör det kommer det att

generera misstro och resultatet är att organisationen som har ansvaret för projektet hamnar på defensiven.

Det är dock viktigt att dialogen inte bara finns där för formens skull. När en organisation lyssnar till vad allmänheten har att säga måste man också fästa seriöst avseende vid det som sägs. Att uppleva att man får säga sin mening men att den i alla fall inte beaktas är kränkande, vilket naturligtvis skadar trovärdigheten.

I Sverige har vi en grundlagsfäst tradition att myndigheter har ett informationsansvar och att medborgarna har rätt att få veta sådant som rör dem. Vi har också en internationellt sett unik offentlighetsprincip. Detta ansvar och den öppenhet som offentlighetsprincipen innebär har många gånger setts som alldeles tillräcklig för att upprätthålla en hög grad av trovärdighet. I samband med folkomröstningen om EU-inträdet 1994 anfördes också öppenheten som ett skäl för att inte gå med i EU, där man ju inte har samma insynsmöjligheter och insynstradition som i Sverige. På senare tid har vi emellertid sett att denna modell för samhällskommunikation inte verkar hålla fullt ut. Hallandsåsen är ett exempel.

I andra länder, där man inte har samma tradition som i Sverige med informationsansvar och offentlighetsprincip har man utvecklat

Figur 4. Olika grader av medborgarinflytande, efter Hance m.fl. (1991).

Medborgarmakt	Medborgarna agerar utan att kommunicera med myndigheterna	Medborgarundersökningar, olika typer av utomparlamentariska rörelser, medborgargården
Maktdelning	Medborgarna och myndigheterna löser problem tillsammans	Medborgarna går samman, anställer konsulter och implementerar projekt, möten gemensamt utlysta av medborgare och myndigheter
Konsultation 2	Myndigheterna frågar för att få meningsfulla svar och avser att lyssna	Vissa offentliga möten, informella möten, möten med rådgivande medborgarkommittéer
Konsultation 1	Myndigheterna frågar och vill helst inte lyssna	De flesta offentliga möten, pro-forma-möten, ofta vid formella förfrågningar
Information	Myndigheterna talar; medborgarna lyssnar	Vissa typer av offentliga möten, pressrealeser, nyhetsbrev, broschyrer
Myndighetsmakt	Myndigheterna agerar utan att kommunicera med medborgarna	Kommunala stiftelser; tjänstemannadelegation, bolagisering av kommunal verksamhet

andra metoder för att ernå trovärdighet. I USA t.ex. arbetar man ofta med medborgarinflytande i utvecklingsprocesser. I Hance m.fl. (1991:33) redovisas en steg med olika grader av medborgarinflytande. I förklaringarna till de olika stegen används ordet *myndigheter*, men det kan naturligtvis även vara fråga om företag eller annan organisation. Vad gäller händelserna kring Hallandsåsen förefaller Banverket och Skanska ha agerat i enlighet med det nedersta steget, åtminstone när det gäller tätningsmedlet Rhoca Gil, att döma av de upprörda medborgarrösterna i efterhand. När det gäller bygget av tunneln i övrigt har man tillsammans med Båstad kommun svarat för informationsmaterial och utställningar, vilket kan, med en elak tolkning, svara mot det näst nedersta trappsteget.

För en verkligt meningsfull dialog mellan myndigheter och andra institutioner och medborgare, som kan verka trovärdighetshöjande, måste man nog finnas på någon av trappstegen fyra eller fem, nerifrån räknat, vilket troligen inträffar ganska sällan i Sverige. De tre nedersta trappstegen visar situationer som förmodligen är ganska vanliga, och där medborgarna kan uppfatta sig som kränkta, med misstro som möjlig effekt.

Det är dock viktigt att notera att medborgarinflytande i vissa fall kan ha negativa konsekvenser. Dels kan representativiteten i de grupper som är aktiva misstämna med uppfattningar bland "folk i allmänhet", dels kan det innebära att myndigheterna abdikerar från sitt informationsansvar.

Det översta steget i den steg som redovisas i figur 4 visar en situation när medborgarna inte i något avseende lutar sig emot de institutioner som finns i vårt samhälle. Detta kan i vissa avseenden vara alldeles utmärkt och i sin ordning. Men det kan också innebära att man inte längre känner förtroende för samhällets instanser och av det skälet väljer

att gå en annan väg, som ibland kan innebära kollisionkurs mot den väg som utstakas av riksdag, kommun, länsstyrelse etc. Medborgargården, som tar sig rollen att inte bara bevaka, utan även att utöva våld, straffa, är ett exempel på ett beteende som är oacceptabelt.

Ett exempel på det som i stegen kallas "konsultation 2" är planeringen av Botniabanan mot Umeå. Banverket har ett antal alternativa sträckningar som man har presenterat vid fyra samrådsmöten under hösten 1998, där det framgår att de vill lyssna och ta till sig synpunkter från ortsbör. När dessa dock arrangerar ett eget möte och inbjuder politiker och Banverket uteblev Banverket emellertid helt och endast tre politiker dök upp (VästerbottensKuriren, 26/1 1999). Här kan man kanske tala om steget *makt delning*, vilket Banverket uppenbarligen inte ville acceptera vid ifrågavarande möte.

Myndighetsmakt föreligger när myndigheterna agerar utan att medborgarna tillfrågas och kanske inte ens vet om vad som händer. Som exempel på detta nämns i figuren kommunal verksamhet, vilken undanhålls kommuninvånarna i det att den döljs i stiftelser och kommunala bolag. Margareta Norlin har granskat utvecklingen i Sverige dels i artiklar, dels i boken *Baklängesrevolutionen* (1994), och anser att detta är ett stort problem och att verksamheten ökar. Hon menar att det på sikt finns en risk att demokratin urholkas genom att medborgarna hålls ovetande och dialogen uteblir.

Ytterligare ett sätt att visa att man respekterar en motpart är att anstränga sig i sina förberedelser inför mötet. Att anstränga sig inför ett möte innebär t.ex. att man gjort en noggrann mottagaranalys och anpassat sitt språk och sitt budskap till den grupp som man faktiskt möter. Det innebär att man gjort noggranna förberedelser, så att man verkligen vet vad man talar om. OH-bilderna är läsliga i den lokal där de kommer till användning,

uppdaterade med den allra senaste, relevanta informationen. Att anstränga sig innebär att man klär sig i för den aktuella situationen och den aktuella målgruppen passande kläder, har valt en lokal som är lämplig, sört för att underlätta transporten till mötet, kallat i god tid och lämnat så mycket information i kallelsen att det är möjligt att hinna diskutera igenom problemen.

Det är som regel inga större svårigheter att respektera människor som man gillar. Annorlunda är det om man ogillar eller ser ner på dem man möter. För en lärare i en grundskola med bråkiga och störiga elever är det antagligen periodvis svårt att visa eleverna respekt. Bråkigheten och störigheten är väl för övrigt inte sällan ett bevis för att eleverna inte respekterar läraren. Ändå måste respekt till för att förtroende skall kunna skapas; och den får inte vara eller framstå som framtvingad.

För att framstå som en person som har social kompetens måste en talare också besitta förmåga att känna *empati*. I själva verket är förmåga att känna empati en viktig förutsättning för att en talare skall kunna göra en ordentlig mottagaranalys.

En social kompetent person är vidare en person som har god förmåga att lyssna och att ta hänsyn till och anpassa sig till den norm för kommunikation som gäller vid ett visst tillfälle och i en viss organisation. Anpassningen får dock inte drivas så långt att den upplevs som oärlig.

Den sociala kompetensen visar en talare alltså genom att demonstrera att hon eller han respekterar åhörarna. Detta åstadkoms genom att lyssna och inbjuda till verklig dialog, att visa öppenhet, ta exempel från åhörarnas vardag och erfarenhetssfär, anstränga sig inför

mötet genom att bland annat förbereda sig noga, visa åhörarna gillande, visa sig beredd att, utan att utplåna sig själv, anpassa sig till den norm som finns i den grupp som möts, uppvisa en god förmåga att känna empati.

Karaktär

Under antiken lade man stor vikt vid att en person måste uppvisa att han är värd att lyssnas till; talaren måste vara en god man, vir bonus, för att man skall lyssna till vad han säger och sätta sin tilltro till honom. Aristoteles använder ord som överlägsenhet eller förträfflighet (eng. *excellence*) och nämner ett antal beteenden som visar att man har att göra med en vir bonus: rättskaffenhet, mod, måttfullhet, storslagenhet, storsinnet, ädelmod, generositet, frikostighet, vänlighet, förtänksamhet (Rhetorica 1366b). Även idag spelar naturligtvis en persons *karaktär* en stor roll för att han skall framstå som trovärdig.

Värdighet

En faktor som spelar roll för bedömning av en persons karaktär är *värdighet*¹³. Värdighet kan ta sig många uttryck. Ett har närmast med uppträdande att göra: avmäta rörelser, tillbakahålllet minspel, vårdad klädsel. Värdighet i detta avseende uttrycks med kroppsspråket och har betydelse för om åhörarna skall bedöma talaren som en person som är i balans (se avsnittet Självakontroll). Ett lugnt och behärskat uppträdande visar att talaren är i balans och har situationen under kontroll. Men det visar också att han förväntar sig att bli lyssnat på utan att han behöver ta till högljutt tal och stora gester. Den vårdade klädseln visar att han inte behöver nedlåta sig till att utföra handlingar som kan smutsa ner eller förorsa-

13) Här, liksom i flera sammanhang i övrigt, är det förstas viktigt att notera att även om personers trovärdighet står i fokus i denna framställning, kan man som regel överföra resonemangen på organisationsnivå. Hance m.fl. (1991) nämner begreppet *honourable*, vilket väl närmast motsvarar svenskans värdighet, som viktigt när man skall bedöma om en organisation är trovärdig.

ka svettning. Något som väl var viktigare förr än vad det är nu. Talet kan vara ganska långsamt och eftersinnande, vilket visar att han i sina egna ögon har något viktigt att säga och att han tar för givet att han inte blir avbruten.¹⁴

I vårt land är kraven på ett värdigt uppträdande relativt låga: politiker betar sig ganska uppsluppet i olika typer av underhållningsprogram utan att genera sig och troligen utan att tappa särskilt mycket trovärdighet. Kraven på formellt uppträdande och formell klädsel är kanske tydligast vid en festlighet som Nobelhögtidligheten, där de utländska gästerna och pristagarna imponeras av grandessan. I det gamla Kina och Japan drevs kravet på detta slag av värdighet mycket långt. Men även i relativt nära liggande länder som Frankrike och England är kraven på ett värdigt uppträdande väsentligt högre än i vårt land.

Ett annat slag av värdighet har med ovärdiga handlingar att göra. Ett sådant ovärdigt handlande kan vara att stjäla, även, eller kanske i synnerhet, om man stjal småsaker, tala illa om folk, vara snål, när man har gott om pengar. Statsminister Göran Perssons godissnattande var, ur denna synpunkt, ett större missgrepp än vad värdet av det stulna motiverar. Girighet, vilket bl.a. kan ta sig uttryck i stora fallskärmsavtal, renderar ingen värdighet. Att göra ett stort väsen av en liten konflikt och andra typer av småttighetsbeteende är heller inte värdighetsbefrämjande. En värdig person står över vardaglighetens småttigheter och visar storsinnet.

I Svenska Dagbladet (14/12 1998) skriver Sune Sylvén under rubriken "Katastrofen är nära för IOK" att Internationella Olympiska Kommittén håller på att förlora all trovärdighet. Det är fråga om mutor som IOK-delegater tagit emot för att rösta på att en viss stad skall

få olympiska spelen. Att ta emot mutor är ett bevis på girighet och är utan tvekan en ovärdig handling och som sådan trovärdighetsänkande.

Ärlighet

En annan faktor som spelar roll när man bedömer en persons karaktär är *ärlighet*, dvs. att en person talar sanning. Aristoteles nämner faktiskt inte ärlighet som en faktor av betydelse. Det väsentliga för antikens vältalare var att åstadkomma resultat, sanningen var sekundär. I själva verket menade man att sanningen i vissa fall kunde vara till skada för eller minska trovärdigheten.

Sanningen kan vara orimlig

Att sanningen ibland kan skada trovärdigheten kan verka paradoxalt. Men något som i och för sig är sant kan strida mot all tidigare erfarenhet och därmed framstå som osannolikt eller rent av obegripligt och omöjligt. Säger man något som strider mot åhörarnas tidigare erfarenhet och fasta övertygelse, räcker det alltså inte att det är sant för att folk skall acceptera det, det måste också verka sannolikt, rimligt.

Rydstedt (1993:33) anför ett exempel på när en skenbar orimlighet kostade 290 människors livet. Stridsledningen på den amerikanska kryssaren Vincennes fick för sig att ett iranskt passagerarplan i själva verket var ett anfallande stridsflygplan. Eftersom stridsledningen väntade sig ett anfall varseblev de den information de fick på ett helt felaktigt sätt, vilket i detta fall alltså fick katastrofala följder.

Tvåsidig argumentation

I den klassiska retoriken sker bevisningen i logosargumentationen med *probatio*, dvs. argumentation för den ståndpunkt talaren förfäktar, och *refutatio*, dvs man tar upp motargu-

14) Studera gärna Martin Luther Kings tal vid Lincoln Memorial. Särskilt i inledningen är taltempot uppseendeväckande lågt, dessutom med långa pauser. Ett annat tal där taltempot är mycket lågt är Olof Palmes Hanoi-tal, med uppräknningar över platser där skändligheter har begåtts genom historien. FNs generalsekreterare Kofi Annan har ett värdigt uppträdande, demonstrerat med lugna, avmätta rörelser, ett långsamt taltempo och återhållsam talarstil.

ment till det sagda och motbevisar dem till fördel för det sagda. Detta är ett sätt att gesken av att använda sig av en tvåsidig argumentation, dvs. en argumentation som tar upp såväl fördelar som nackdelar med en viss uppfattning. Men talaren tar kanske endast upp sådana motargument som han själv kan motbevisa eller motargument som är så väl kända av åhörarna att det vore direkt dumt att förtiga dem. Motsatsen till tvåsidig argumentation är ensidig, som enbart tar upp argument som stöder den uppfattning som talaren har. Exempel på ensidig argumentation är reklam, som endast tar upp motargument om lagen föreskriver det. Det kan då innebära varningstext vid tobaksreklam, eller bränsleförbrukning och miljöklassning för bilar.

I själva verket finns det mycket som talar för att det är trovärdighetshöjande att nämna även sådant som är till nackdel för det som talaren vill bevisa. Det ger intrycket att talaren inte bara säger sanningen, utan dessutom hela sanningen. Nohrstedt och Nordlund (1993:57) talar om "trovärdighetsparadoxen", dvs. medgivande om osäkerhet ses av sändaren som ett trovärdighetsproblem, men mottagaren får intryck av autenticitet och trovärdighet. Talaren kan alltså genom att ange att han är osäker på vissa punkter öka sin trovärdighet. Erkännandet om osäkerhet kan ses som ett slags motargument i en tvåsidig argumentation.

Efter giftutsläppet i Hallandsåsen var det för Båstad kommuns ledning viktigt att tvätta bort giftstämpeln och söka återskapa den, enligt kommunledningen, mycket goda image som kännetecknat Båstad. Pressreleaserna fick därför efter den 22 oktober 1997 en positiv grundton. Effekten av detta blev emellertid inte den avsedda. Ortsborna reagerade negativt på det som de uppfattade som en idealisering av verkligheten. Ortsborna uppfattade att kommunen inte stod bakom dem i deras situation. Informationschefen menade att det

är en fråga om en balansgång mellan att å ena sidan varna för ett gift som kan vara farligt för djur och människor, men å andra sidan undvika sådana överdrifter som ger en felaktig bild och som skapar en oro som kan orsaka ännu större skada (Palm 1998). Den balans som informationschefen avsåg att åstadkomma uppfattades uppenbarligen inte av de berörda på nära håll. De verkar ha sett informationen som alltför ensidigt positiv. Möjligen har informationen inte heller i tillräckligt stor utsträckning tagit hänsyn till den oro som ortsbefolkningen känt.

Sanning och social kompetens

Det är inte alls säkert att den som säger sanningar (kanske i tid och otid) blir uppskattad för det. Det kanske skadar system och trosföreställningar, det rubbar förhållanden som kommer att ta lång tid att återställa, det kanske innebär ett fullkomligt nytänkande som ingen är intresserad av vid tillfället. En person som säger sanningar oförlommerat kan såra sina kolleger och kan ha svårt att få vänner. I själva verket är antagligen förmåga att tåga om vissa saker som man känner till en viktig förutsättning för social kompetens.

I diskussionen om öppenhet nämndes den av Grice (1965) formulerade kooperativa principen för mänsklig kommunikation, vilket bl.a. innebär att man förutsätter att den som talar säger sanningen och hela den relevanta sanningen. Denna regel måste dock kompletteras med en annan princip för kommunikation: *artighetsprincipen* (Wardhaugh 1991). Artighetsprincipen innebär att man inte säger allt vad man vet om det är uppenbart att det kan såra eller bryta mot sociala konventioner inom en viss språkgemenskap. Det innebär också att det man säger, inte får innebära att mottagaren tappar ansiktet, dvs. förlorar sin värdighet eller respekt.

Språket och språkanvändandet är heller

inte så enkelt och kristallklart som man ibland skulle önska. Man måste tåla ett avsevärt mått av osäkerhet och tvetydigheter eftersom folk tenderar att vara vaga, oprecisa och vilja tänja på språkets regler eller uttrycka sig särskilt elegant. Språket är ett socialt instrument som har många ändamål; sägandet av sanning och sökandet efter sanning är två av dem, men inte nödvändigtvis de viktigaste (Wardhaugh 1991:68f).

Sanningssägandet som är en viktig del i en persons karaktär, och efter vilken vi dömer trovärdigheten, står alltså i visst avseende i motsatsställning till den sociala kompetensen, där empatin är en viktig ingrediens. Det kan vara svårt att säga en sanning om man med en väl utvecklad förmåga att känna empati kan inse att det man kommer att säga kommer att sår, skada eller göra en person mycket ledsen och upprörd. Å andra sidan kan undanhållande av sanningen vara till ännu större skada på lite längre sikt. Det man kan tjäna på att undanhålla en besvärande sanning är att vinna åhörarnas gillande vid taltillfället. På sikt riskerar man dock ogillande.

Sanningssägandet måste också regleras av en persons allmänna kommunikativa kompetens: en talare måste kunna nyttja både hjärna och hjärta, vädja till såväl logos som patos. Detta poängteras i flera publikationer som föreskriver hur man i riskkommunikativa sammanhang skall söka nå trovärdighet. Hance m.fl. (1991) anser att en organisation måste visa att man bryr sig, *caring*, i broschyren *Seven Cardinal Rules of Risk Communication* är en regel "Speak clearly and with compassion".

Popularisering ett sanningsproblem

Tidigare har anförts att det i de flesta sammanhang är omöjligt att säga allt. Det finns inte tid att beakta alla aspekter av ett fenomen.

Dessutom är ett säkert sätt att döda allt intresse att försöka säga allt (Voltaire). Detta gäller inte minst när man skall popularisera vetenskapliga rön. Den förenkling som populariseringen innebär medför med nödvändighet att man sorterar bort eller förvränger viss information.¹⁵ Oftast spelar detta liten eller ingen roll, men i riskkommunikationssammanhang kan det ha stor betydelse. Svårigheten att popularisera faran med det radioaktiva nedfallet i samband med Tjernobylyoluckykan ledde till oro och misstro mot myndigheternas information. Allmänheten uppfattade att man fick dubbla budskap. Det kan alltså vara svårt att kunna presentera sanningen även om man verkligen vill göra det.

Ett annat problem som är förknippat vetenskapliga rön är att de inte alltid är pålitliga. Forskning kännetecknas av att resultat inte alltid är heltäckande, delstudier ger sällan helhetsbilder, resultaten kan gälla under vissa omständigheter, visa sig inte hålla vid närmare granskning etc. Detta känner forskarna till och uttrycker sig av den anledningen ofta med stora förbehåll, vilket verkar förvirrande på allmänheten som vill veta vad som egentligen gäller, t.ex. om gränsvärden. Släpper man ut forskningsresultat för tidigt kan de alltså vara missvisande och leda till avsevärda trovärdighetsproblem när man skall korrigera dem (Kasperson m.fl. 1992).

Man kan alltså inte säga allt och man tråkar dessutom ihjäl mottagarna om man skulle försöka. Här finns ett dilemma: om man inte säger allt har man inte sagt hela sanningen, och sanningen är viktig för trovärdigheten. Att inte säga allt innebär inte att man ljugar, men det kan innebära att man vilseleder, vilket kan vara nästan lika illa. Talaren måste emellertid alltid göra ett urval, eftersom tiden och utrymmet ju aldrig räcker. Som rättesnöre

15) Se t.ex. Eriksson och Svensson 1986, Hedquist 1979, Hjorth m.fl. 1983, Hård av Segerstad 1979.

kan man här använda sig av en av Grices principer för Kooperation i samtalet: principen om relevans, vilket tidigare nämnts i avsnittet om öppenhet. Det som för åhörarna och för det beslut som de skall fatta är relevant får inte utelämnas. Gör man det kommer det att äventyra trovärdigheten.

Att hålla vad man lovar

Till frågan om att tala sanning hör också att en talare måste hålla vad han lovar, vilket tidigare berörs i avsnittet om konsekvens. En talare som lovar en sak, men inte håller vad han lovar uppfattas som lögnare och således som oärlig. Mellin (1998), som beskriver två politiker som har hög trovärdighet i sina respektive kommuner redovisar flera orsaker till att de har hög trovärdighet, en av dem är att de anses hålla vad de lovar. Eller, som en av politikerna uttrycker det: "Jag lovar bara det jag tror att jag kan hålla". I teveprogrammet Nyhetsmorgon den 18 december 1998 intervjuas dåvarande sekreteraren i landstingsförbundet Gunnar Wetterberg i anledning av en undersökning av politikermissstro som genomförts av statsvetaren Tommy Möller, *Politikerförakt eller mogen missstro?*. Wetterberg menar att såväl medborgarna som politikerna många gånger lever kvar i en gången tid när politiska beslut hade större betydelse på den svenska utvecklingen än vad de har idag och att de frestas att lova att uppfylla sådant som mera är att räkna som relativt osäkra prognoser. Politikerna riskerar med andra ord att bli notoriska löftesbrytare. Under senare år har vid flera tillfällen debatt blossat upp om löften som har avgivits och som visat sig omöjliga att hålla.

Den som hör ett löfte måste räkna med att det som utlovas också är något som talaren avser att hålla. Man räknar med att en talare väsentligen håller sig till de regler för mänsklig kommunikation som Grice har formulerat i sina konversationsmaximer om kvantitet

och kvalitet, dvs. säg inte mer än vad som erfordras och säg inte något annat än det som du anser vara sant. Harnish (1976:362) har fört samman dem till en enda: "Make the strongest relevant claim justifiable to your evidence". Denna regel, som alltså är deskriptiv och inte normativ, dvs. åhörarna räknar med att talaren använder sig av den, är skälet till att man uppfattar även relativt orimliga löften som sanna. En politiker eller annan som faktiskt uttalar ett löfte, som underställs ovanstående maxim till bedömning, kommer att dömas hårt om löftet inte hålls, för då har politikern inte följt regler som gäller för seriös mänsklig samvaro. Man kommer att anse att politikern ljugit för sina väljare. Det är dock att märka i en diskussion om sanning att ett löfte, vilket är ett yttrande där man uttalar sig om vad man kommer att göra, alltså om framtiden, inte kan vara sant i samma utsträckning som när man uttalar sig om något som faktiskt har inträffat. Vad som dock under alla förhållanden kan betraktas som en lögn är att lova något som man inte har för avsikt att hålla och att lova något som man säkert vet att man inte kommer att kunna hålla, även om man vill.

Under valrörelsen 1998 utlovade statsminister Göran Persson s.k. maxtaxa på dagis. Efter valet visade det sig att det inte var möjligt att hålla löftet, i förhandlingarna med vänsterpartiet och miljöpartiet fördes förslaget ganska snabbt bort från dagordningen. Detta föranledde en upprörd DN-debattartikel (Pettersson & Wennemo 1998), skriven av två ledande socialdemokrater, där regeringen anklagades för löftesbrott och författarna varnade för att socialdemokraternas trovärdighet var i fara.

I Danmark lovade statsministern Poul Nyrup Rasmussen i slutet av en het valrörelse i mars 1998 att inte försämra den s.k. efterlönen, ett slags förtidspension som danskarna kan ta ut efter 60 års ålder utan särskilda medi-

cinska skäl. Löftet ansågs ha lockat osäkra marginalväljare och därmed räddat kvar socialdemokraterna vid regeringsmakten. Under hösten 1998 träffade man emellertid en överenskommelse med de borgerliga partierna som försämrar villkoren om man tar pension före 62 års ålder. Nyrup Rasmussen har ursäktat sig och beklagat att det blivit för stort avstånd mellan det som sades och det som gjordes, men det har inte hjälpt. Väljarstödet har enligt opinionsmätningar rasat från 35,9 som var valresultat till 20 procent (Friborg i DN, 22/12, 1998).

Det är möjligt att brutna (val)löften är den faktor som mest av allt raserar politikers trovärdighet. Ibland anförs att vallöften inte är löften i vanlig mening, utan skall ses mera som uttryck för vad man skulle vilja göra även om man inte kan, eller för att hålla uppe temperaturen i valdebatten (Lindensjö 1991). Kent Petterssons reaktion som anförs ovan eller de danska väljarnas talar dock för att även vallöften måste ses som löften som väljarna väntar sig skall hållas. I synnerhet om de uttalas av politiker som har en reell möjlighet att uppfylla det som utlovas.

I Irak och i det forna Jugoslavien prövas trovärdigheten i avgivna utfästelser.¹⁶ De allierade, särskilt USA och Storbritannien, har utfäst sig att fullfölja nedrustningsprogrammet som innebär att Iraks massförstörelsevapen skall förstöras. När Saddam Hussein på olika vis och i olika omgångar försöker hindra vapeninspektörerna hotar de allierade med att bomba om de inte får genomföra inspektioner. När de så blir hindrade måste hoten sättas i verkställighet annars är trovärdigheten förlorad. I forna Jugoslavien uttalar NATO att om olika stridande sidor inte upphör med sina strider kommer man att bomba. När striderna ändå fortsätter sätts trovärdigheten på

prov. Men att verkligen fullfölja sina löften/hot kan ju få vådliga konsekvenser. I Irak har vi sett hur vapeninspektionerna har upphört och att de arabiska grannarna alltmer kommit att solidarisera sig med Saddam Hussein. I Kosovo finns en oro för att NATO-flyget kan komma att uppfattas som den kosovoalbanska UCK-gerillans flygvapen (Ahlin 1998). (Jämför också citatet från *US Doctrine for Joint Psychological Operations* som citeras längre fram i detta avsnitt). Bombningarna gör de allierades och NATOs ord trovärdiga, men konsekvenserna är inte särskilt önskvärda.

När kan man ljuga?

När kan man ljuga? Lindensjö (1991) tar upp en antal möjliga fall där han anser att det är acceptabelt för politiker att ljuga. Han anser inledningsvis att politiker inte ljuger mer än icke-politiker, men att ljugandet inom politiken har institutionaliserats och accepterats. Det finns ett slags ljugandets "fasta situationer". De situationer han nämner är:

- *förhandlingen*, exempelvis efter ett val, där man kan ställa krav som är större än man egentligen vill stå för,
- *vallöftet*, där man kan utfästa sig att göra sådant som visar sig omöjligt att hålla,
- *lögn i landets ekonomiska intresse*, exempelvis inför en devalvering,
- *lögn i den nationella säkerhetens intresse*,
- *paternalistiskt motiverad lögn*, dvs. lögn för att motverka panik i exempelvis en katastrofsituation,
- *lögner om sitt privatliv*,
- *lögn för att skydda någon annan*.

16) En utfästelse kan ses som ett löfte eller ett hot beroende på hur man uppfattar det som utfästs!

Beträffande den första punkten kan som exempel nämnas före centerledaren Torbjörn Fälldin, som inte ville sätta sig i en regering som laddade kärnkraftverk. När det kom till kritan gjorde han det i alla fall, vilket blev traumatiskt för centerpartiet.

Vallöftet och dess problematik är diskuterat ovan.

Säkerhetspolitiskt motiverad lögn kan om och när den avslöjas inverka negativt på den långsiktiga trovärdigheten. När det visade sig att en hel del nyheter som rörde Iraks agerande i Kuwait var producerade av en PR-firma skadade det såväl Kuwaits som USAs trovärdighet.

Att det kan ha sina sidor att ljuga om sitt privatliv om man är en sittande president har "affären Lewinsky" visat.

Om det är möjligt att ljuga för att skydda någon annan utan att förlora trovärdighet är kanske i första hand en fråga om vem denna andra är. Ljuger man som minister om en annan ministers agerande, eller ljuger man som ansvarig om vad en underställd har gjort i tjänsten, exempelvis, är nog ljugandet oacceptabelt.

Så, även om det finns ett slags ljugandets fasta situationer i det offentliga livet, är nog det enda ljugandet som accepteras, det som en finansminister står för när han dagen före en devalvering säger att man inte kommer att devalvera.

Sammanfattningsvis. En talare framstår som ärlig om han säger även sådant som verkar vara till hans nackdel, erkänner okunnighet eller anför motargument mot den egna tesen. Detta ger intryck av att han säger hela sanningen. Sanningen är viktig, men den måste verka sannolik och rimlig för att accepteras. För att något skall framstå som sannolikt och rimligt måste det stämma med mottagarnas tidigare kunskaper och erfarenheter. Tidsperspektivet är viktigt, något kan framstå som

sant vid taltillfället, men senare visa sig falskt; något kan framstå som osannolikt men visa sig vara sant vid närmare prövning. I båda fallen påverkar det talarens trovärdighet. En talare som visar sig vid återkommande tillfällen säga sanningen kommer att kunna bygga upp sin trovärdighet. Sanningen uppskattas dock inte alltid, den kan störa tidigare planer på ett icke önskvärt sätt och den kan verka sårande. Sanningskravet måste därför kopplas samman med social och kommunikativ kompetens. För att bibehålla trovärdigheten förefaller det vara lämpligt att inte lova mer än man kan hålla. Brutna löften kommer att uppfattas som lögn. Att ljuga kan anses tillåtet med bibehållen trovärdighet om en riksbankschef gör det. I övrigt kommer lögnen inte att accepteras och den kommer, om den avslöjas, att sänka trovärdigheten.

Integritet

Till bedömningen om en persons karaktär hör också graden av integritet. *Integritet* är enligt den Svenska Nationalencyklopedin "helgjutenthet, veta sitt mål och handla med övertygelse och att stå emot påtryckningar", Illustrerad svensk ordbok ger "okränkbarhet, självständighet". En person med stor integritet handlar alltså målmedvetet och låter sig inte styras av andra krafter än sin egen övertygelse om vad som är rätt och fel. Detta innebär i sin tur att en person med stor integritet inte får vara bunden av lojaliteter som gör det svårt för honom att se och handla i linje med den egna övertygelsen. Integritet har med värdighet att göra, att kränka en persons integritet är att skada hans värdighet. Det är också en fråga om konsekvens, dvs. en person med integritet handlar rakt och målmedvetet utan att vända kappan efter vinden.

Begreppet värdighet har behandlats tidigare, liksom konsekvens, det som därför står i fokus under integritet är självständigheten

eller obundenheten. Att den är viktig för trovärdigheten visar sig t.ex. i Båstad kommuns agerande i samband med giftutsläppen i Hallandsåsen. När det var aktuellt att presentera tunnelbygget i samband med igångsättandet gjordes detta i samverkan mellan Båstad kommun, Banverket och Skanska. Utställningen saknade ifrågasättande inslag och var alltså påfallande ensidig i sin argumentation. För båstadsborna hade kommunen ett tydligt ansvar för tunnelbygget. När giftet upptäcktes hade kommunen ett behov av att snabbt distansera sig från de ansvariga för giftkrisen, Banverket och Skanska, vilket de gjorde genom att snabbt polisanmäla Banverket, Skanska och företaget Rhône-Poulenc. En annan markering var att inte längre acceptera gemensamma presskonferenser. Bakom kulisserna verkar dock samarbetet mellan parterna ha större omfattning än vad som visades utåt (Palm 1998).

Palm citerar en ledamot av ledningsgruppen: "Kommunen vill inte bli sedd som någon som går i ledband av Banverket och Skanska som är så fruktansvärt hatade här".

Experter som är knutna till en organisation som har ansvar för att genomföra en viss riskfylld aktivitet kan ha låg trovärdighet, eftersom de får sin lön av den organisation som de skall granska. När Öresundsbron projekterades anlätades Björn Gillberg som en oberoende expert för att uttala sig om bronns effekter på miljön. Han och hans organisation har under lång tid etablerat sig som trovärdig, oberoende miljöexpertis oavhängigt stora företag och stat.

Ett sätt att skapa trovärdighet åt ett projekt är att låta utomstående granskare ge sin syn på det. Stämmer de utomståendes syn med de egna experternas ger det ökad trovärdighet inte bara åt det egna projektet utan även åt de

egna experterna. Detta har visat sig fungera i Ryssland, ett land där misstron mot myndigheterna är utbredd och avsevärt djupare än i Sverige (Hedquist 1998b). I universitetssammanhang nyttjas ofta utomstående granskare för att ge omdömen vid tillsättningsärenden, avhandlingar, eller för att kvalitetsgranska hela institutioner eller ämnesområden. Obundenheten ger ökad trovärdighet åt omdömena, även om den ibland är ganska skenbar; den vetenskapliga världen är trots allt ganska liten och det finns ofta bindningar mellan forskare vid olika universitet inom och utanför landets gränser.

Välvilja

Ett av de klassiska kraven på en talare är att han skall vara en god man, *vir bonus*. Detta definieras i den klassiska retoriska litteraturen, t.ex. hos Aristoteles, med att han hyser och visar *välvilja* gentemot dem som lyssnar. Lyssnarna måste känna att talaren vill dem väl. En person som ser till sin egen vinning mer än exempelvis till den egna organisationens eller företagets eller väljarnas väl visar ingen välvilja (utom mot sig själv!). Att anklaga en person som föreslår något för att väsentligen göra det för den egna vinningen är ett sätt att göra honom mindre trovärdig.¹⁷

En förutsättning för att man skall känna tilltro eller förtroende för en talare är att han visar att han vill lyssnarnas bästa. Förtroende är en känslomässig relation som vore otänkbar om man inte ansåg att talaren har en positiv inställning till lyssnarna. Kasperson m.fl. (1992:167) menar att "trust involves beliefs about neutrality, benevolence, and fairness even in situations where they are not required". De stöder sig på en undersökning av Tyler (1989) som studerat domstolsprocesser.

17) Det är för övrigt en klassisk s.k. *fallasi*, dvs. ett argumentationstrick, för att vända uppmärksamheten från sakfrågan mot den person som står för ett förslag. Corbett (1990) kallar fallasin för "Red Herring", en jaktterm som betyder att man drar en sill tvärs över ett doftspår för att avleda hundarnas sök. Den klassiska beteckningen är annars *ignoratio elenchi*.

De för alltså samman integritet, dvs. *neutrality*, och välvilja, *benevolence*. Tillsammans med rättvisa, *fairness*, är de förutsättningar för den känslomässiga relationen som lyssnarna behöver känna gentemot talaren för att kunna tillskriva honom sitt förtroende.

Av de fyra dimensioner som utgör förutsättningen för vad Kasperson m.fl. (1992:170) kallar *social trust* är den första *commitment*, dvs. syfte eller inriktning mot ett visst mål. En organisation kan ha som inriktning att arbeta för att förbättra folkhälsan, att förhindra drogmissbruk eller att aktivera ungdomar. I samtliga dessa exempel är inriktningarna positiva och kan ses som uttryck för välvilja. I andra fall är *commitment* mera tveksam, det gäller exempelvis företag som producerar cigaretter eller krigsmaterielföretag. Den som köper in sig i s.k. etiska fonder väljer bort den typen av företag. I exempelvis Banverkets och Skanskas fall är inriktningen rimligtvis något i stil med att åstadkomma en järnvägstunnel som är till gagn för resenärer mellan Göteborg och Malmö, men också för de boende kring Halandsåsen. Kasperson m.fl. (1992) anser att varseblivning av *commitment* beror på hur man uppfattat beslutsprocesser med avseende på objektivitet och rättvisa (vilket även betonas av Hance m.fl. 1991:12), samt att man upplevt att man erhållit adekvat information. Begreppet *commitment* har uppenbarligen bäring mot begreppet *välvilja*.

Författaren Anders Isaksson behandlar denna form av välvilja, eller i hans fall närmast brist på välvilja, i en kolumn i Dagens Industri (4/9 1998). Han skriver:

”Relationen mellan partierna och deras väljare är lika ömtåliga som alla andra seriösa relationer: de måste bäras av en känsla av rättfärdighet och kan bara byggas på ömsesidig tillit och förtroende. Ju mer de politiska utspelen tenderar att klassificera väljarna i vinnare och förlorare, desto mer växer känslan av exploater-

ing, utnyttjande och manipulation. När valet inte framstår som ett val mellan ideologier, värden och värderingar utan som ett sorters val mellan olika sorts godispåsar, ja då förvandlas mötet mellan politiker och väljare från ett möte mellan likar till ett möte mellan subjekt och objekt. De talar till oss, inte med oss.

Men i politiken vill vi varken bli beskrivna som vinnare eller förlorare: om skatter, förmåner och bidrag ska uppfattas som legitima måste de i stället uppfattas som grundade i värden utanför plånboken, rättvisa, jämlikhet etc.”

Om medborgarna inte *uppfattar* att politikerna har en god vilja blir de med andra ord inte trovärdiga. Den goda viljan måste dessutom, enligt Isaksson, vara värdig, dvs. stå över godispåsenivån och ta fasta på mera övergripande värden. Det tidigare behandlade begreppet respekt är också en del i Isakssons krav på trovärdighet.

Kasperson m.fl. (1992) skiljer på tre olika slag av *trust*: *cognitive*, *emotional* och *behavioral*. Den första skulle bygga på åhörarens mera förnuftsmässiga bedömning av talaren och av hans budskap, den emotionella bygger på den känslomässiga relationen mellan talare och lyssnare och den sista, den som rör beteendet, innebär att man agerar som om de osäkra framtida handlingarna hos andra vore säkra och förutsägbara. Det kognitiva förtroendet kan anses bygga på de bedömningar man gör av exempelvis talarens kunskap. Här kan det finnas luckor eller brister, dvs. man har inte hört allt man behöver höra för att tro, all den information som man anser sig behöva ha finns inte tillgå etc. Det emotionella förtroendet bygger till stor del på uppfattningen om talarens välvilja. Det emotionella förtroendet kan fungera som brobyggare över de luckor eller brister som man kognitivt kan uppleva, vilket i sin tur medför att man handlar på ett sätt som talaren önskar.

I vårt moderna samhälle är många risker och hot osynliga, omärkbara och därmed

också oförutsägbara. Det kan röra sig om radioaktivitet eller miljögifter i maten, eller kanske rent av en mat som inte alls är giftig, men med ett modernt livsmönster ändå är olämplig att äta. Roland Nordlund har diskuterat detta (Nordlund 1996) och menar att detta är ett skäl till varför enskilda människor måste överlämna sig till myndigheter och experter. Här är det uppenbart att det föreligger ett kognitivt glapp och att det emotionella förtroendet måste vara mycket stort för att ett sådant överlämnande skall kunna ske med bibehållet lugn. Finns inte detta emotionella förtroende blir relationen mellan experter och allmänhet asymmetriskt och lämnar fältet fritt för misstro.

I Hallandsåsfallet är det uppenbart att den asymmetriska relationen har resulterat i en stark misstro (Arvidson 1998). Det finns till och med röster som direkt och öppet visar att befolkningen anser att Banverket inte bara saknar välvilja, utan är oärliga och direkt kriminella. "Jag anser att Banverket är kriminellt och en miljömarodör och att de mot bättre vetande nästan har hållit på att förgifta kor och fiskar, de har också utsatt befolkningen, bland annat oss, för förgiftningsrisker i och med att de injicerade akrylamid i grundvattenskikt när de visste att vi tog vatten från det här grundvattnet" (Palm 1998:25).

Man ställer rimligen särskilt höga krav på trovärdighet, gott omdöme, hög moral etc. på en person eller organisation som utsätter andra för en risk, i synnerhet om risken är svår att identifiera eller kontrollera, eftersom man ser påtvingad risk annorlunda än självvald och därmed lättkontrollerad. I fallet Hallandsåsen var risken varken självvald eller kontrollerbar, vilket innebär att förtroendekravet var särskilt högt och därmed förtroenderaset extra stort när det inträffar.

Den nederländske risk management-forskaren Paul t'Hart visar på studier som visar hur borgmästaren i den nederländska staden Enschede vann befolkningens förtroende efter en katastrofexplosion. En viktig anledning till att borgmästaren lyckades vinna förtroende var hans helhjärtade engagemang för dem som drabbats. Han visade känslor och han drog sig inte undan sitt ansvar.¹⁸

Välvilja, att ha en god vilja, är alltså lika viktigt idag som det var under antiken för att en talare skall framstå som trovärdig och därmed värd förtroende. Denna välvilja handlar väsentligen om att ha ett gott uppsåt med sina handlingar. En talare kan, genom att tydligt visa att han har det, bygga upp ett emotionellt förtroende mellan sig själv och lyssnarna. Detta emotionella förtroende kan fungera som en brobyggare över oklarheter som kan ha att göra med kognitiva glapp eller andra brister i framställningen.

Prestige genom status och genom makt

En talares *status* påverkar lyssnaren. När Banverkets generaldirektör går ut och knackar dörr och vill tala med folk i närheten av Hallandsåsen spelar det roll att han faktiskt är generaldirektör och inte lägste tjänstemannen. Hans status ger hans ord större tyngd. Ännu viktigare i detta fall är kanske att en så hög position som regel inte förknippas med dörrknackning; han visar alltså särskilt stor respekt när han går ut.

En person kan ha hög prestige av flera anledningar. Han kan erhålla den på grund av att han en mycket hög lön eller stor förmögenhet, att han har en högt uppsatt position i samhället, att han har stor makt, att han är erkänd som en mycket skicklig yrkesman, att han är

18) Se artikel på svenska i Andersson 2001.

uppskattad för något som han har gjort och som kanske är extraordinärt.

I vårt samhälle har framstående idrottsstjärnor, skådespelare och musiker ofta hög status. Vissa medverkande i teveprogram kan under en snabbt övergående tid ha hög status, t.ex. medverkande i teveprogrammet Robinson. Astrid Lindgren hade mycket hög status och har flera gånger haft ett betydande inflytande över politiska beslut, t.ex. i frågor som rör marginalbeskattning och hållande av höns och kor. Hennes höga status var knappast beroende av hennes stora formella makt, snarare var det fråga om uppskattning av hennes böcker och att hon bl.a. på grund av sina böcker är en välkänd person.

Idrottsstjärnor och artister utnyttjas ofta som s.k. pseudokommunikatörer i reklam och marknadsföring. Det som gör det möjligt för dem att med trovärdighet fungera som kommunikatörer är den kunskap som de visat i sin idrottsutövning. För före slalomstjärnan Ingemar Stenmark är det enkelt att framstå som trovärdig när han gör reklam för skidor, svårare är det när han gör reklam för gräsklippare. Men idrottsstjärnan har många gånger skaffat sig ett annat renommé också: vet hur man skall sköta sin kropp för att kunna prestera optimalt, har vidare visat sig hjälpsam, vara en god samarbetspartner, stilig, häftig etc. Det finns alltså andra kvaliteter än bevisad förmåga att utöva en viss idrott, som kan utnyttjas i marknadsföring för exempelvis mjölk eller mot främlingsfientlighet, eller allmänt för Sverige (tennispelande Björn Borg).

Den status som idrottsstjärnor och artister äger har de alltså erhållit som en kombination av en prestation, som inte bara varit utomordentlig och gjort dem kända, utan också att de visat sig ha en framstående karaktär. Det är alltså en kombination av två faktorer som tidi-

gare behandlats. Till detta kommer en faktor som i sig ger prestige: *kändisskapet*.

Vissa yrken har hög status, exempelvis professor, biskop, statsråd, general. Statusen som dessa yrken besitter kanske i någon mån kan liknas vid den som idrottsstjärnorna har: de som uppbär dessa titlar har erövat dem i konkurrens. Av många som påbörjat en karriär är det bara några enstaka som blir generaler eller olympiamästare. Bakom en titel som biskop och general står således dels kunskap, dels prestation.

En person kan också ha prestige tack vare att han eller hon har stor *makt*. Prestigen kan bero av flera faktorer: man kan ha fått makten därför att man visat sig vara förtjänstfull, klok, men också över att man har många personer under sig och att man har möjlighet att sätta kraft bakom sina ord. Makt är i dessa senare fall i första hand en fråga om position, en person som har beslutsmakt över ett antal andra människor.

En högt uppsatt politiker eller företagsledare som har makt har hög trovärdighet inom sitt ämbetsområde av åtminstone tre skäl: (1) det är rimligt att den mäktige har ett informationsövertag, känner till saker och ting som är fördolda för andra; (2) den mäktige kan utfästa sig något och på ett helt annat sätt än en underordnad också ha en rimlig chans att genomföra det; (3) den mäktige som utlovat något har mycket prestige att förlora om han inte håller vad han lovar, en underordnad har mindre prestige att förlora och kan alltid anföra att de överordnade förbjöd eller förhindrade.

Även om makt inte automatiskt ger ökad trovärdighet finns ändå skäl att räkna med att makt är en faktor som spelar roll vid bedömning av en persons trovärdighet.

Sammantaget ger status och makt talaren

en prestige som rimligen är gynnsam för trovärdigheten. Observera dock att trovärdigheten liksom skönheten finns i betraktarens öga. Att en talare tillskriver sig själv prestige innebär inte att han automatiskt har det.

Identifikation

Begreppet *identifikation* kan i detta sammanhang ses ur två aspekter: för det första kan en lyssnare identifiera sig med talaren och vice versa, för det andra kan lyssnaren identifiera sig med en tredje part som talaren presenterar för lyssnaren.

Det andra slaget av identifikation nyttjas ofta i reklam och annan persuasiv kommunikation för att påverka lyssnarna känslomässigt. Idoler och vackra människor står som identifikationsobjekt i reklam för kläder, kosmetika etc.

I samband med krigshändelser söker aktörerna ofta presentera sin bild av skeendet på ett sätt som passar det egna syftet. Den som är utsatt för en krigshandling visar upp förstörda hus, skadade och döda, förtvivilade barn och föräldrar som tevetittare världen över lätt kan identifiera sig med och därmed bli känslomässigt påverkade. Ännu mer är tre årtionden efter Vietnamkrigets slut finns bilden av den nakna gråtande flickan som flyr undan napalm-bombning på näthinnan. Denna bild och många andra, t.ex. bilden av polischefen i Saigon som skjuter en FNL-fånge i tinningen, bidrog till att forma världens uppfattning om amerikanarnas agerande i det kriget. När man ser eller påminner sig bilden av den nakna flickan eller fången som blir skjuten är det lätt att identifiera sig med de berörda. Flickan är min dotter eller min syster, fången är min bror, eller min man, eller jag själv; i samtliga fall är det lätt att sätta in sig själv i situationen och i samtliga fall är tanken outhärdlig.

Identifikation av detta slag bidrar inte i första hand till talarens trovärdighet, men det bidrar till budskapets trovärdighet och det bidrar i högsta grad till att man blir berörd av budskapet. Ett klassiskt grepp inom retoriken är att nyttja *exempel*¹⁹ för att påverka lyssnarnas känsla, göra dem upprörda, förtvivilade eller stolta, beroende på vad exemplet, konkretionen, nyttjas till.

Det ovan nämnda första slaget av identifikation handlar mera om att etablera en relation mellan talare och lyssnare. Lyssnarna måste kunna identifiera sig med talaren i något avseende för att en förtroendefull relation skall kunna etableras, vilket i sin tur höjer trovärdigheten.

Relationen mellan talare och lyssnare kan etableras på många olika sätt. I handböcker för talare föreslås att man skall inleda med en rolig historia, eller anknyta till något som är gemensamt mellan parterna, t.ex. att talaren har besökt platsen tidigare om så bara på genomresa, lite socialt småprat, lära sig snabbt vad lyssnarna heter (om de är tillräckligt få) etc. Den sociala relationen etableras oftast med att man konstaterar att man har något gemensamt.

Det gemensamma är en förutsättning för att en ledare skall kunna agera trovärdigt, anser Erikson (1992:156f), i en handbok för kommersiell kommunikation inom och utom företaget. Han talar om två olika slag av gemensamheter: likhet i roller och gemensamma nämnare. Den förra innebär att ledaren måste skapa en känsla av att dela sin situation, dela vardagen, med dem han talar med. Den senare innebär att ledaren måste vara synlig och känna sina medarbetare väl.

Identifikation är lättare att åstadkomma ju mera lika talare och lyssnare är. Likheter kan vara likhet i ålder, social bakgrund, yrkesut-

19) Exempel, konkreta bilder.

bildning, kön, dialekt och vokabulär, politisk tillhörighet, etnisk tillhörighet, religiös tillhörighet, men den kan också utgöras av likheter i attityder och värderingar.

Språket är en väsentlig faktor för upplevd identitet och identifikation. En intressant skillnad som har betydelse för hur man upplever en talares trovärdighet föreligger mellan talare som talar riksspråk och dem som talar dialekt. En expert som har ett riksspråkligt uttal upplevs som kompetent och därmed trovärdig. Men en person som talar den dialekt som lyssnarna också talar, upplevs som mera attraktiv och med större integritet. Argument som framförs av en person som talar riksspråk kan vara trovärdiga, dvs. man kan anse att de bygger på kunskap och i någon mening är sanna, men det betyder inte att man är beredd att ändra attityd. För argumenten fram av en person som talar lyssnarnas dialekt är de mera benägna att ändra attityd (Edwards 1985:148 och där anförd litteratur). Det finns alltså goda skäl att använda sig av lokala opinionsledare om man vill påverka en grupp människor att inte bara ta till sig viss kunskap, utan också förändra attityder och beteenden.

Den språkliga stil som en talare använder (om det nu är en eller annan dialekt eller variationer i stil inom riksspråkets ram) kan alltså ha betydelse för hur en lyssnare påverkas. Sandell (1977) presenterar en modell för hur påverkan kan ske: Lyssnaren hör ett budskap och jämför det mer eller mindre medvetet med sin egen språkliga stil, upplever likhet (similarity) med talaren, vilket påverkar hans villighet att bli påverkad av talaren, varefter attitydförändring kan ske. Sandells egna undersökningar av hur språklig stil påverkar attitydförändringar ger stöd för teorin. Men han visar på individuella skillnader, som bl.a. har att göra med lyssnarens självbild och allmänna villighet att ändra sig. Till detta skall fogas att språk bara är *en* faktor som påverkar

hur likhet uppfattas, samt att språket kan påverka hur lyssnaren uppfattar argumenten, t.ex. graden av begriplighet, vilket inte i första hand har att göra med likhet i stil.

Om man möter en person som är mycket lik en själv är denna person mycket attraktiv att tala med. Undersökningar visar att folk väljer att diskutera viktiga ämnen med sådana som är lika dem själva i olika avseenden, bor i samma bostadsområden, arbetar tillsammans, har samma socio-ekonomiska status, samma familjestorlek, samma ålder, liknande värderingar etc. (Burgoon m.fl. 1994:51 refererar till adekvata undersökningar.)

Likheter leder inte oväntat till att kommunikationen blir effektivare, det är lättare att finna ord som båda parter förstår, en hel del kan underförstås utan att missförstånd uppstår etc. Är man lika finns det som regel samtalsämnen att ta upp i en konversation. Om parterna är mycket olika kan det vara omöjligt att finna en grund för ett samtal. Olikheterna är så stora att båda parter inser att en meningsfull diskussion är omöjlig. Eller uppstår missstro redan inledningsvis, vilket leder till att lyssnarna inte alls är beredda att ställa upp på den invit som talaren inbjuder till: att lyssna på honom. Men om likheten blir för stor kan kommunikationen också bli lidande; det finns helt enkelt ingen anledning att säga något om båda parter vet precis lika mycket om samma sak (Burgoon m.fl. 1992:51).

En person som har att informera i ett katastrofläge får således inte framstå som fullkomligt lik dem som lyssnar. Då finns det ju inget som han kan tillfoga som de inte vet. Talaren måste sitta inne med information som lyssnaren inte har, dels vara så lik lyssnaren att en relation kan tänkas uppstå. Det är här en fråga om balans mellan likhet och olikhet.

Identifikation har alltså betydelse för trovärdigheten på två vis. För det första kan en lyssnare som identifierar sig med en annan

person vilken som helst bli känslomässigt påverkad. För det andra innebär identifikation med en talare, vilken uppstår genom uppfattad likhet, att en relation kan etableras mellan talare och lyssnare. Likheten kan vara av olika slag; särskilt viktiga är förmodligen de som innebär att man har ett gemensamt språk och gemensamma värderingar.

Karisma

Historien har många exempel på talare som fått människor att begå såväl dåraktiga som goda handlingar i kraft av sin karismatiska personlighet. Adolf Hitler var en omvitnat karismatisk person, Martin Luther King en annan. *Karisma* är ett slags trollkraft som gör att åhörare kan låta sig ryckas med i en situation där den karismatiska talaren har ordet.

Karisma är en svårfångad egenskap. Av de faktorer som behandlats ovan är åtminstone en nödvändig för att en talare skall uppfattas som karismatisk: extroversion. Det verkar nödvändigt för en karismatisk person kunna tala väl, finna de rätta orden, som vinner ankläng hos dem som lyssnar. De övriga egenskaperna är det givetvis en fördel om han besitter. Den viktigaste egenskapen som den karismatiska talaren ovillkorligen måste besitta är dock engagemang. En karismatisk person är alltid en person som har en glöd i sin framtoning. Han demonstrerar på olika sätt att han besitter mycket energi. Energi, parad med förmåga att uttrycka sig väl, är den karismatiska talarens primära kännetecken. Adolf Hitler var med detta sätt att se på karisma mycket karismatisk, Winston Churchill var det inte, trots sin eminenta förmåga att uttrycka sig väl.

För den traditionellt karismatiska folktalaren, som Hitler eller Martin Luther King, eller på svensk hemmaplan Olof Palme, överväger pathosargumentationen på bekostnad av logosargumentation. Martin Luther Kings

berömda tal vid Lincoln Memorial är exempelvis till övervägande delen känslomässig. Detsamma gäller Palmes Hanoi-tal. Eftersom patos handlar om känsla och den karismatiska talaren själv är uppfylld av känslomässigt engagemang är detta ganska naturligt.

Karisma kan bidra till talarens trovärdighet genom att han eller hon framstår som energisk och extrovert. Ett mycket starkt känslengagemang kan dock lätt slå tillbaka och ge intryck av att talaren inte är sansad. Den grad av engagemang som är acceptabel beror förmodligen mycket på vilken norm som finns i en viss krets av lyssnare.

Mottagaraspekter

Trovärdigheten finns, liksom skönheten, i betraktarens öga, dvs. det är lyssnaren som avgör i sin tolkning av talarens agerande om han eller hon är trovärdig eller inte. Lyckas talaren i betraktarnas ögon framstå som kunnig, social, öppen, lugn och balanserad, med en god förmåga att uttrycka det han vill säga kan det hända att lyssnarna finner honom eller henne trovärdig. Men skulle lyssnarna finna motsatsen är det de som har rätt; lyssnarna har tolkningsföreträdet, oavsett vad talaren anser om det. Men det är uppenbart att det inte bara är talarens agerande som avgör om lyssnarna anser honom eller henne trovärdig. Även egenskaper och erfarenheter hos lyssnarna kommer att spela roll för om de anser en viss talare trovärdig eller inte.

I ett tidigare avsnitt har diskuterats faktorn identifikation, som med nödvändighet blandar in lyssnarnas personligheter i trovärdighetsbedömningen. Har lyssnarna samma dialekt som talaren kommer detta att göra honom eller henne mera trovärdig i deras ögon. Åtminstone i fråga om faktorerna attraktivitet och integritet. Detsamma gäller med all sannolikhet även andra former av likhet. En kvin-

na tror förmodligen mera på och fäster större avseende vid vad en annan kvinna säger i en hel rad frågor, där den speciellt kvinnliga erfarenheten spelar roll. En tonåring tror antagligen mera på en annan tonåring i frågor som rör tonåringar.

I själva verket har alla de faktorer som diskuterats i det föregående relevans också ur ett lyssnarperspektiv, vilket också noterats då och då i det föregående. Här följer därför endast några kortare inpass.

Den kunskap och erfarenhet som en lyssnare äger spelar rimligen roll på åtminstone två vis: dels ger den möjlighet att bedöma sanningsvärdet av det som sägs, dels är det en fråga om likhet. Dvs. en kvinna eller en tonåring eller en fiskare eller en pensionär bedömer antagligen det som en kvinna, respektive en tonåring, respektive en fiskare, respektive en pensionär säger som en följd av den gemensamma erfarenhet som de har.

Självkänsla och självförtroende hos lyssnaren har betydelse bl.a. för hur man uppfattar talarens sociala kompetens, om man t.ex. kan sätta sig över tillkortakommanden hos talaren.

Formell utbildning kan göra det möjligt att förstå invecklade resonemang eller ord av vetenskaplig karaktär. Brist på formell utbildning kan innebära att en talare som använder krångliga ord uppfattas som osympatisk och obegriplig.

En viss politisk uppfattning eller annan värdering av grundläggande karaktär kan avgöra om lyssnaren finner en viss talare trovärdig.

Lyssnarna kan ha en förutfattad mening om talaren och/eller det som denna har aviserat att tala om. Det kan ha att göra med det som nämns ovan om politisk uppfattning eller grundläggande värderingar. Men det kan också ha att göra med ämnet, som man kan anse vara i grunden urtrist eller jätteintressant.

Tidsaspekter

Trovärdigheten hos en talare kan bedömas vid tre olika *tidpunkter*: före, under och efter ett anförande. De hänger ihop i den meningen att trovärdigheten under ett anförande kan vara beroende av den trovärdighet som lyssnaren uppfattade innan anförandet, och trovärdigheten efter kan vara beroende av hur man uppfattade trovärdigheten såväl innan som under anförandet.

I själva verket bedömer man antagligen sällan trovärdigheten hos en talare enbart med ledning av vad han eller hon säger vid den tidpunkt när man hör vederbörande första gången. Som regel finns någon form av förutfattad mening om talaren eller den organisation som han eller hon representerar eller det ämne som man förväntar sig skall komma att beröras. Dvs. man måste räkna med att det finns förväntningsbetingelser som rör såväl talare som ämne.

Eftersom trovärdigheten är en fråga om bedömning från lyssnarnas sida, kan en talare om vars trovärdighet man har höga förväntningar möjligen tära på sitt förtroendekapital ett tag innan det blir skadat. Detta är ett omvittnat problem inom sporter där vinnaren utses efter att domare gör bedömningar, sporter som dressyrridning och konståkning. En deltagare som gjort mycket goda prestationer kan räkna med att de höga siffrorna delas ut även om man gör en något sämre prestation. Omvänt behöver en ny deltagare under flera tävlingar visa sin höga klass innan de verkligt höga domarsiffrorna visar sig.

Vissa forskare (t.ex. Rempel m.fl. 1985) anser att trovärdigheten på ett individuellt plan förloras i samma takt som den har erövrats. Det finns emellertid andra som anser att trovärdigheten kan förloras snabbt och att det är oerhört svårt att åter erövra den. En

enda handling kan innebära en trovärdighetsförlust som inte ens hundra goda handlingar kan återskapa (Slovic m.fl. 1990).

En talare med ett uselt trovärdighetsansende får räkna med att det kan ta lång tid innan lyssnarna verkligen kan ta till sig det budskap denne framför och hålla det för sant till alla delar. Å andra sidan måste en person med hög trovärdighet leva upp till högt ställda förväntningar för att bibehålla sin höga rating och en person med låg rating kan överraska.

En person som man inte vet det minsta om måste man bedöma vid det tillfälle när man möter personen ifråga. Det ankommer då på talaren att med olika medel demonstrera sin trovärdighet under talets gång: etablera social kontakt, visa öppenhet och förmåga att kommunicera, demonstrera sin kunnighet och sin goda karaktär, åstadkomma identifikation och göra tydligt sin goda vilja.

Ett sätt att snabbt söka etablera en talares trovärdighet är, som tidigare nämnts, att någon ansvarig person introducerar honom eller henne. Detta har många fördelar ur talarens synvinkel. Bl. a. kan ju en sådan introduktör redogöra för talarens kompetens i synnerligen positiva ordalag. Å andra sidan gäller det att leva upp till de värdeomdömen som en entusiastiskt lovordande introduktör öser över talarens huvud.

Talarens karaktär är kanske den faktor som tydligast är etablerad i förväg. Här ingår som vi har sett i det föregående i många fall komponenten kändisskap, vilken ju rimligen för lyssnarna är bekant i förväg.

Meddelandets tillförlitlighet

Hittills har väsentligen talarens trovärdighet diskuterats. Det är talarens kunskap, öppenhet, sociala kompetens etc. som har avgörande för om man upplever honom eller henne som trovärdig. Samtidigt är det dock uppenbart att

det som talaren faktiskt säger, själva *meddelandet*, har ett avgörande inflytande över om man upplever honom eller henne som trovärdig eller inte.

Det föreligger således en reciprok relation mellan talarens trovärdighet och meddelandets tillförlitlighet. Om talaren är känd för hög trovärdighet kommer det att påverka meddelandets tillförlitlighet, dvs. lyssnarna kommer att hålla för troligt att det som sägs är sant. Omvänt, om meddelandet visade sig vara sant, kommer talarens trovärdighet att påverkas positivt och han kommer inför nästa möte med samma lyssnare att ha lika högt eller högre ingångsvärde.

I det föregående har ett antal faktorer som har betydelse för talarens trovärdighet behandlats. Det är givet att det i huvudsak är genom det som talaren säger, alltså meddelandet, som lyssnarna får klart för sig att talaren har en social kompetens, att han har kunskap och erfarenhet, att han är extrovert etc.

Meddelandet, dess utformning och sättet att framföra det på, kan alltså påverka uppfattningen av talarens trovärdighet. Men det finns anledning att fråga sig vad det är som gör meddelandet i sig tillförlitligt. Ibland har man inte den blekaste aning om vem som står bakom meddelandet och då måste budskapet stå för sig självt. Det kan vara fråga om in-sändare under pseudonym eller ett i övrigt obekant namn. Det kan vara fråga om en artikel i en tidning eller ett inslag i radio eller teve, där reportern för läsarna/lyssnarna är okänd. I sådana fall kommer meddelandet i fokus. Men det också vara fråga om att man har glömt vem som faktiskt påstod något.

Det är ganska vanligt att man efter en tid inte kommer ihåg var man har läst något eller av vem man har hört något. Man kommer ihåg åsikterna, men man har glömt vem som framförde dem. I ett sådant fall är det huvud-

sakligen meddelandets innehåll som har effekt, kommunikatoreffekten har försvunnit. Detta betyder att om en trovärdig och attraktiv talare påverkar lyssnarna så att de gillar innehållet i ett meddelande är det rimligt att den effekten minskar efter hand som man glömmer vem talaren var. Omvänt kommer meddelandet att kunna göra större effekt om man glömmer en negativ talare, som kanske framstått som mindre trovärdig och mindre attraktiv (Nowak & Wärneryd 1972:43).

För en person som absolut vill ta ställning i en sakfråga och som vill göra det efter en grundlig argumentationsanalys av ett resonemang är logiken i framställningen oftast central. En sådan analytiskt sinnad person vill i görligaste mån bortse från vem som faktiskt har sagt något. Den sakliga, logiska styrkan i argumenten skall genomlysas, vinklingar skall upptäckas, fallasier avslöjas, så att man kan komma fram till ett ställningstagande som är så fritt från irrationalitet som möjligt. Den som slutligen skall ta ställning kommer dock att upptäcka att det som sist och slutligen avgör hur man väljer är de egna värderingarna. Att ta ställning på ett värderingsfritt sätt är en omöjlighet.

Vad är det då för faktorer i det föregående som har särskilt stor betydelse för ett meddelandes tillförlitlighet?

En viktig faktor är utan tvivel att sakframställningen bygger på kunskap. Att det som sägs bygger på kunskap kan underbyggas på olika sätt: ett är att hänvisa till källor med stor trovärdighet, t.ex. experter, forskare. Men det kan också göras med att man låter ögonvitnesskildringar göra sig hörda.

En annan faktor är öppenhet, vilket kan innebära att öppet redovisa källor, vilket gör att sakuppgifter är kontrollerbara, vilket ökar tillförlitligheten. I vetenskapliga sammanhang är redovisande av källor en högt skattad dygd.

Överhuvud taget bygger vetenskaplig framställning på visibilitet eller genomsynlighet. Det skall vara möjligt för en läsare av en avhandling att se vilka frågeställningar forskaren har haft, hur forskaren har arbetat, hur materialet ser ut, hur bearbetningen har skett, vilka källor som har använts, vilken kritik som kan riktas mot dem i olika avseende etc. Den vetenskapliga avhandlingen kan anses vara ett typexempel på en diskursiv text, dvs. en text som ger bakgrund, förutsättningar, konsekvenser, en text där helheten presenteras på ett strukturerat sätt. Ett förslag på definition av en diskursiv text som ges i Svensson och Hedquist (1996) är att den diskursiva texten är explicit, genomskinlig, kontextoberoende, strukturerad och analyserande.

Den diskursiva texten tenderar att minska i användning i t.ex. riksdagsdebatter (Svensson 1993, 1995) och i tidningar (Svensson & Hedquist 1996). Texterna svarar i allt mindre grad mot de krav som satts upp för diskursivitet. För tidningsläsarna blir det svårt att av tidningarnas bevakning få den överblick som krävs för att t.ex. i demokratiska val fatta beslut utifrån en insiktsfull kunskap. Svensson och Hedquist (1996) visar att det var svårt för väljarna att efter tidningarnas bevakning kunna fatta ett rationellt grundat beslut om hur man skulle rösta i folkomröstningen om EU-medlemskap år 1994.

Öppenhet är sålunda viktigt för att ett meddelande skall framstå som tillförlitligt. Brist på öppenhet kan demonstreras med att det som påstås inte är kontrollerbart, men den kan också demonstreras med att partier i texten som lyssnaren väntar sig saknas. Saknas relevanta områden blir texten inte tillförlitlig, vilket återfaller på talaren, som vi sett ovan.

Att meddelandet uppfattas sant är förstås viktigt för att det skall vara tillförlitligt. Men hur vet en lyssnare att meddelandet är sant?

Vid själva lyssningstillfället är den ovan redovisade kontrollerbarheten med källhänvisningar ett viktigt kriterium. Bedömningen att det som sägs stämmer med tidigare erfarenhet som lyssnaren har gjort ett annat.

I avsnittet om identifikation ovan nämns att lyssnaren kan identifiera sig med en tredje part som talaren identifierar och presenterar. Den typen av identifikation ger en text ökad tillförlitlighet eftersom den gör det möjligt för lyssnaren att sätta in sin egen erfarenhet i situationen. Här är det inte bara sanningsvärdet som det är fråga om, det är dessutom, och kanske framför allt, en fråga om värderingar och attityder.

Ytterligare en faktor som har betydelse för ett meddelandes tillförlitlighet är graden av konsekvens. Av de sex olika dimensionerna av konsekvens är den viktigaste i detta avseende förmodligen att en text som motsäger sig själv på väsentliga punkter inte är tillförlitlig. En text som motsäger andra texter, och som lyssnaren kanske trots på, kommer likaledes att verka förvirrande och mindre tillförlitlig.

Texten måste dessutom vara begriplig annars kan läsaren misstänka att den är obegriplig för att dölja obehagligheter.

SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER

Trovärdighetens betydelse för förtroende och tillit i mikro- och makroperspektiv

I första delen förutskickades en senare diskussion om begreppen tillförlitlighet, trovärdighet, förtroende och tillit. Genomgången av faktorer som påverkar lyssnarens varseblivning av talaren ändrar inte på ett avgörande sätt den grundläggande bilden av de fyra begreppen. Däremot är det möjligt att fördjupa diskussionen, samt att diskutera hur trovärdigheten kan uppnås på organisationsnivå.²⁰

Tillförlitlighet

En text kan anses tillförlitlig om de sakuppgifter som nämns uppfattas som sanna. Att de uppfattas som sanna kan bero på att de primärkällor varifrån sakuppgifterna är hämtade är tydligt redovisade, grunden för det ställningstagande som talaren gör är tydligt. Tillförlitlighet är en fråga om öppenhet i den meningen att uppgifterna som nämns är kontrollerbara. Att de framstår som sanna beror på att de verkar grundade i sakkunskap, men troligen också på att de helt enkelt framstår som rimliga.

Tillförlitlighet är däremot inte nödvändigtvis en fråga om öppenhet i den meningen att man har en känsla av att allt relevant verkligen utsågs. I begreppet *tillförlitlighet* ryms inte heller mycket av värderingar och värderingsgemenskap mellan talare och lyssnare. Det kan mycket väl vara en personlig relation.

Det känns rätt och tillbörligt att använda ordet *källa* i ett resonemang om tillförlitlighet. En källa använder man för att ta ställning i en eller annan sakfråga, men källan tillhandahåller enbart underlaget till ställningstagandet, bedömningarna gör man själv. Fokus ligger sålunda på innehåll snarare än sändare och form. Tillförlitlighet är därför en nödvändig men inte tillräcklig förutsättning för trovärdighet.

Tillförlitlighet för en organisation handlar alltså om att de officiella uttalanden i muntlig eller skriftlig form som produceras tål att kontrolleras och kan kontrolleras med avseende på sanningshalt och kvalitet.

Trovärdighet

I begreppet *trovärdighet* ryms det som innefattas i tillförlitlighet: det som sägs måste framstå som sant och bygga på ett ordentligt underlag, vara kontrollerbart. Men i trovärdighetsbegreppet ryms även de andra faktorerna som har diskuterats ovan, låt vara att vissa kan kännas omistliga, medan andra kan stärka upp trovärdigheten, men de kanske inte är essentiella.

I begreppet trovärdighet är som tidigare sagts *extroversionen* viktig. Främst gäller det kanske öppenheten, såväl den öppenhet som tar sig uttryck i kontrollerbarhet, som den öppenhet som innebär att man berättar allt som är relevant i det aktuella fallet och att man allmänt har en utåtriktad framtoning. Miss-tanke om mörkläggnings föder misstro.

20) Med organisation menas såväl privata företag som offentliga institutioner eller myndigheter.

Den sida av extroversionen, som betecknas *kommunikationsförmåga*, verkar vara väsentlig för trovärdigheten och är omistligt för karisman. Kravet på tydlighet är vanligt i rekommendationer för hur man skall kommunicera. I situationer där det handlar om risk- och kris-kommunikation är det kanske särskilt uttalat, men även i andra sammanhang är det väsentligt att kunna uttrycka sig på olika vis beroende på vilken målgrupp man har för att framstå som trovärdig.

För en organisation gäller det att framstå som *transparent* för att kravet på *öppenhet* skall kunna tillgodoses. För betraktare utifrån skall man kunna förstå hur organisationen fungerar, vem som fattar vilka beslut, hur beslutsprocessen är organiserad. Man måste vidare informera med utförlighet och snabbhet. Helst innan någon granskare ställer kritiska frågor. Men det gäller också att ha en organisation för att samla in och snabbt bearbeta information som kommer utifrån. Ställs en fråga till organisationen måste frågan snabbt processas internt och ett svar snabbt gå ut till frågeställaren. Åtskilliga organisationer arbetar hårt med denna aspekt av trovärdigheten. *Tillgänglighet* är ett nyckelord som ofta används. Det betyder att man har www-adresser utsatta i annonser, telefon- och faxnummer likaså. Medarbetarna har mobiltelefoner och är t.ex. ständigt uppkopplade på Internet.

När det gäller den rent språkliga delen av kommunikationsförmågan är den i ett muntligt sammanhang knuten till personer. Om dessa har ställning som officiella talesmän får deras kommunikativa förmåga ofta stå för hela organisationens förmåga att uttrycka sig på ett adekvat sätt (Hedquist 1998a). I skrift fördelas ansvaret mera kollektivt. När Socialstyrelsen annonserade om vikten att äta 6–8 brödsvisor om dagen föll kritiken på hela organisationen eftersom hela Socialstyrelsen stod som avsändare.

Begreppet *självkontroll* är väsentligt för trovärdigheten. En person som visar sig inte ha kontroll över sig själv och det man står för framstår inte som trovärdig. För en persons trovärdighet är självkontrollen viktig, även om man kan tolerera en amatörs nervositet och till och med identifiera sig med den. Men självkontrollen är också väsentlig för en organisation. Hance m.fl. (1991) gör tydligt att folk många gånger kan vara mera intresserade av en organisations inre liv, dess beslutsvägar etc., inför ett riskprojekt, än de faktiska sakfrågorna. Har man inom organisationen inte klart för sig vem som gör vad, i vilken ordning, med vilka ansvarsförhållanden, samt har förmåga att kommunicera inåt och utåt på ett snabbt och effektivt sätt har man inte självkontroll och har därmed en lägre trovärdighet.

Konsekoens, att man framstår som helgjuten, är likaså en essentiell del av en persons eller organisations trovärdighet. Kanske är den dock i vissa fall övervärderad. Nohrstedt och Nordlund (1993) menar att för myndigheter är konsekvens ibland så viktig att den kan gå ut över andra viktiga trovärdighetskrav, som vikten att säga hela den relevanta sanningen, dvs. även det som inte är trevligt att behöva säga.

Kunskap är väsentligt för upplevd trovärdighet. Men kunskapskravet för begreppet trovärdighet är delvis annorlunda än för tillförlitligheten och är knutet till den sociala kompetensen.

För många högt utbildade experter är kunskap nog den aspekt i trovärdigheten som de värderar allra högst av alla trovärdighetskomponenter. För organisationer där expertkompetens värderas mycket högt kan därför trovärdigheten i allt väsentligt komma att bli en fråga om kunskap. Även om kunskapen är viktig för en god trovärdighet är det dock väsentligt att poängtera att den inte är den enda komponenten. Många gånger inte ens

den viktigaste. Dessutom båtår det föga om mottagarna inte förstår att man har den eller att de inte förstår att den är relevant för det problem som de ser.

Social kompetens måste en person besitta för att framstå som trovärdig. Det är först när talaren har den som han eller hon kan sätta sig in i deras situation och förstår just deras speciella behov. De bedömningar och rekommendationer som ges utan att hänsyn tagits till lyssnarnas situation och behov är inte trovärdiga och föder därför misstro. Talaren måste således besitta kunskap inte bara i sakfrågan, i risksammanhang kan det exempelvis vara fråga om kemikaliers giftighet, han eller hon måste dessutom besitta kunskap om lyssnarnas skilda behov och förmåga. Talaren måste dessutom inse att den syn han eller hon, kanske som expert, har på verkligheten, inte alltid delas av lyssnarna. Och att deras syn på världen är rimlig, acceptabel och nödvändig att beakta. Det är således viktigt att vara lyhörd och anpassningsbar och, som påpekats ovan, ha en kommunikativ kompetens att kunna uttrycka sig på olika sätt för olika målgrupper.

Den sociala kompetensen i en organisation kommer att bli synlig genom officiella talesmän, officiella uttalanden eller genom de beslut som tas. Officiella talesmän som uppvisar bristande empati kommer att menligt påverka synen på organisationens sociala kompetens.

De fyra områden som valts ut för att representera en talares *karaktär* förefaller samtliga vara viktiga för en talares trovärdighet. En person utan värdighet kommer lyssnaren att förakta, vilket onekligen är ett hinder för trovärdigheten. En oärlig person berättar inte sanningen, vilket ju var en förutsättning redan för tillförlitligheten; en person som ljuger är inte trovärdig. En person utan integritet kan manipuleras och är därmed inte trovärdig. En person utan välvilja vill inte lyssnarnas bästa i

första hand utan någon annans, vilket innebär att de råd och rekommendationer han ger i första hand gynnar någon annan än den som lyssnar. Dessa råd är således inte med nödvändighet de bästa som kan ges.

Faktorn *karaktär* har den största betydelse för en organisations trovärdighet. Inte minst stora företag arbetar också en hel del med sin image. Värdighet, ärlighet, integritet och välvilja utgör den etiska dimensionen av en organisations verksamhet. *Välgörenhet*, *sponsoring*, *ge mervärde* är begrepp som används för att beskriva verksamheter som syftar till att förbättra en organisations image. Ett charterflygbolag stöder projekt för att hindra utrotning av noshörningar i Afrika. Ett skogsbolag lägger ut många miljoner för att visa att de bryr sig om sina myrstackar och våtmarker för den biologiska mångfalden. Ett företag som sysslar med personaluthyrning låter sina medarbetare arbeta några timmar per månad på valfritt ideellt projekt. Det är antagligen bara en tidsfråga innan det till det ekonomiska bokslutet läggs ett etiskt. Vissa företag har redan idag miljöbokslut.

Medarbetarnas agerande spelar stor roll för organisationens image. I synnerhet gäller det chefer. Vi har sett hur chefer för stora företag avskedas för att de har utsatt anställda för sexuella trakasserier eller för att de har uppvisat allvarliga brister i jämställdhetsarbete.

En talares *prestige* och *makt* har betydelse för hur en lyssnare varseblir en talare och det han har att säga. Delvis är prestige en följd av varsebliven kunskap men man kan ha prestige även av andra skäl, t.ex. att man är känd. Kändisskapet ökar rimligen dock inte trovärdigheten i alla sammanhang, det måste avgöras i relation till det som kändisen uttalar sig om. En känd brottsling är knappast trovärdig om det inte handlar om att berätta hur det känns att sitta i fängelse. Den typ av makt som Burgoon m.fl. (1994) kallar referentmakt har

kanske den största effekten på en persons trovärdighet.

För en organisations trovärdighet känns inte makten som en av de viktigaste faktorerna. Den kanske har relevans när det gäller att stå för utfästelser eller dylikt i relation till mindre organisationer. Prestige däremot är något som företag strävar efter att uppnå. Varumärket kan laddas med prestige och kan värderas synnerligen högt. Prestigen kan i många fall vara avgörande för en konsument i valet mellan två likvärdiga produkter.

Faktorn *identifikation* är en fråga om uppfattad likhet mellan talare och lyssnare, vilket är relaterat till social kompetens, som behandlats ovan. Uppfattad likhet ökar talarens trovärdighet. Men paradoxalt nog minskar trovärdigheten om talare och lyssnare är totalt lika, eftersom talaren då inte har mer att säga än vad lyssnaren redan vet. Var balanspunkten går här är svårt att säga.

Identifikation kan också ha att göra med att lyssnaren kan identifiera sig med en tredje person. Sådan identifikation kan öka graden av trovärdighet, eftersom den ökar möjligheterna att bedöma det rimliga i det som påstås.

För företag kan faktorn identifikation ses som en knytning mellan kund och konsument i värderingshänseende och få stor betydelse. För vissa kunder är Konsum, Domus, Folk-sam företag som de identifierar sig med och förblir av den anledningen trogna kunder. Andra kunder väljer ICA, Länsförsäkringar eller Skandia av liknande skäl. För offentliga organisationer som polisen, försvarsmakten och riksdagen är det knappast möjligt att välja en viss "kundgrupp". Men ändå läggs ett visst arbete ner på att få medborgare att förstå att även poliser, officerare och riksdagsledamöter är "vanliga människor," som t.ex. har barn i förskolan och som det alltså är möjligt att identifiera sig med.

Attraktivitet till sist påverkar benägenheten att vilja lyssna till en viss talare. Vad som för en enskild lyssnare är attraktivt kan dock variera högst avsevärt. Det kan vara fråga om kunskap, yttre skönhet, rikedom, makt, prestationer av olika slag, socialt tillgänglig, extrovert etc. I vissa fall har detta betydelse för trovärdigheten, i andra fall är det mera tveksamt.

Att hitta en person som uppfyller alla krav till alla delar på att verka och vara trovärdig är knappast möjligt. Däremot är det antagligen ganska enkelt att hitta personer som i ett eller annat avseende visat sig vara totalt misslyckade i trovärdighetsavseende. Trovärdigheten måste alltså graderas. Det är också rimligt att söka efter vad som i olika situationer känns mest omistligt. Liksom det känns motiverat att söka efter vari brister finns och hur de kan rättas till.

Om vi återkallar den stegen som presenteras i figur 1, kan vi alltså se att det är ganska mycket som behöver fyllas ut för att man skall kunna ta steget upp från tillförlitlighet till trovärdighet. En persons uppgifter kan framstå som tillförlitliga, beroende på hur de framförs, dvs. i första hand hur de underbyggs. Men samma person kan också framstå som trovärdig om han samtidigt visar sig vara socialt kompetent, vara välstrukturerad och visa andra exempel på självkontroll, demonstrera en god vilja etc. Att trovärdigheten på sikt kan stärkas när man har kunnat kontrollera uppgifter eller sett att löften som utfästs hålls etc. är självklart. Lika klart är det att trovärdighetsratingen kan minska om det visar sig att talaren brister i olika avseenden, t.ex. i fråga om löftesbrott.

Förtroende

Tillförlitlighet och trovärdighet är egenskaper som lyssnaren tillskriver talaren efter att ha lyssnat och kanske erfart konsekvenserna av

vad som sagts och gjorts. *Förtroende* är den inställning som lyssnaren har gentemot den som talar eller har talat och/eller handlat. För att känna förtroende för en person måste man uppfatta att personen i fråga är trovärdig. Men de faktorer som handlar om social kompetens, identifikation och kanske framför allt välvilja accentueras. Förtroende bygger på ömsesidighet, vilket också innefattar begrepp som respekt och dialog.

Kasperson m.fl. (1992) nämner fyra nyckelbegrepp som förutsättningar för förtroende eller tillit (trust). De är *commitment*, *competence*, *caring*, *predictability*. *Commitment* och *caring* svarar mot de ovan använda begreppet välvilja, men också mot social kompetens. *Competence* svarar närmast mot kravet på kunskap, men häri kan nog även innefattas upplevd förmåga att klara av de uppgifter man föresatt sig. I resonemanget om löftesbrott i avsnittet om ärlighet betonas att man som lyssnare räknar med att det som en talare utfäster sig att göra har han också förmåga att klara av. Och om talaren lovar att göra något som han själv vet att han inte kommer att kunna utföra, är det liktydigt med lögn. *Predictability* har med konsekvens att göra. Även Kasperson m.fl. (1992) betonar således de delar av trovärdigheten som ovan anförts som förutsättningar för en positiv värdering från lyssnarnas sida.

När medborgare uttalar sig om det förtroende de har för viss institution, uttalar de sig alltså om institutionens trovärdighet när den uttalar sig och utfäster sig att utföra något. De uttalar sig dessutom om i vad mån de *gillar* denna institution, särskilt med avseende på de faktorer som ryms inom trovärdighetsbegreppet och som har att göra med bland annat institutionens karaktär: värdighet, ärlighet, integritet och välvilja.

Tillit

Begreppet *tillit* är naturligtvis närbesläktat med förtroende.²¹ Ett sätt att se på begreppet tillit, och som nämns i inledningsavsnittet, är att ta utgångspunkten just i att det handlar om att lita på andra. Ett slags överlämnande som har att göra med praktiskt handlande, som sker dagligen och som därför inte är särskilt dramatiskt. Det kan vara fråga om att åka bil med någon eller ta en hiss. Man får då lov att överlämna sig till den som kör bilen eller som har konstruerat hissen och den som har byggt huset. När man själv kör bil måste man lita på, hysa tillit till att medtrafikanterna följer trafikreglerna och exempelvis kör på rätt sida av vägen. Säkra kan vi dock aldrig vara och måste därför ha en ständig beredskap på trafikanter som inte är att lita på. Barn och djur är särskilt opålitliga i trafiken. Gentemot dem kan man inte känna minsta tillit i deras roll som trafikanter.

Men tilliten kan också ha att göra med mera personliga relationer, man överlämnar sig till en person och berättar om sina innersta tankar, man tillåter sig att älska och blir sårbar. Sårbarheten som har att göra med det praktiska handlandet är i första hand av fysisk natur, medan sårbarheten när det gäller personliga relationer är psykisk. Många människor upplever denna sårbarhet som oändligt mera smärtsam än den fysiska. Och de kan omöjligt känna detta slags av tillit till en myndighet eller en organisation.

Men en medarbetare i ett företag som har mycket goda relationer till sina kunder kan erfara att kunden ringer och säger: "fixa bilen", "köp fondandelar som du tror är bra för mig", "boka ett hotell som du tror passar mig". Här är det fråga om ett överlämnande, men det är troligt att det sker till en bestämd person som man har en upparbetad relation till.

21) Det är svårt att översätta det engelska ordet *trust*, eftersom man inte vet om det skall översättas med tillit eller med förtroende.

När man i trovärdighets- och förtroendeforskningen talar om tillit är det nog den aspekt som har att göra med praktiskt handlande man menar. Såväl Kasperson m.fl. (1992) som Weibull och Börjesson (1990) betonar att förtroende/tillit/*trust* har en beteendedimension. Det innebär att man kan bete sig på ett visst sätt beroende på att man finner en talare trovärdig. Annorlunda uttryckt: beteendet är ett sätt att demonstrera att man anser talaren trovärdig och hyser förtroende för/tillit till honom eller henne.

En intressant fråga är om det alltid är idealiskt att befinna sig längst upp på tillitsstegen. Om en politiker, myndighetsperson eller annan maktthavare har nått så långt i sin relation med medarbetare eller allmänhet är det ju den högsta nivån man kan nå. Men det är samtidigt riskfyllt. Gör han eller hon ett misstag blir förtroenderaset antagligen mycket stort; man sviker ett stort förtroende. Ett stort ras kan vara svårt att återhämta igen. Det kanske är bättre att mötas av en sund skepsis av sin omvärld. Man är då inte helgonförklarad, utan en människa med fel och brister och kan kanske begå något mindre misstag utan att tappa allt förtroende.

Kris- och riskkommunikationens trovärdighetsproblem

I den diskussion som förts om trovärdighet ovan har begreppen kris och risk berörts många gånger. Därför blir kris- och riskkommunikationens trovärdighetsproblem endast kortfattat berört här. Det som karakteriserar risk- och riskkommunikation är att det finns ett uttalat emotionellt inslag. Information om risker kan vara ett inslag i riskkommunikationen och däri liknar de varandra, men i riskkommunikationen finns ett än större mått av

emotionell spänning (Hedquist 2001). Trovärdigheten påverkas rimligen av denna emotionella aspekt.

Den nederländske forskaren Paul t'Hart framhåller, som nämnts ovan, att borgmästaren i Enschede vann förtroende genom sitt engagemang efter explosionen i Enschede.²² Han menar att detta engagemang är den viktigaste förutsättningen för ledningen att bibehålla eller erhålla förtroende i en krissituation. Det är med andra ord den aspekt som ovan har behandlats under "välvilja", att markera att man bryr sig och att man verkligen tar problemen på allvar. Även i undersökningen om Göteborgsbranden framkommer, att ungdomarna uppskattar att myndigheterna och medierna verkligen bryr sig om att informera och i övrigt engagera sig i de efterlevandes situation (Olausson 2001).

På senare tid är det vanligt att man tillsätter krisgrupper med bl.a. psykologer och präster för att samtala med dem som utsatts för en större olycka eller annan traumatisk händelse. Sett i ljuset av vad välviljan har för betydelse, är detta ett synnerligen viktigt agerande.

I samband med att en kris inträffat, med allt vad det innebär av upprörda känslor, skuldbeläggning och krav på att saker och ting skall åtgärdas snabbt och effektivt, finns det en risk att ledningen utlovar sådant som kan visa sig svårt att klara av.²³ Ganska snart kan detta leda till en debatt om löftesbrott som bidrar till att erodera förtroende. Kravet på att tala sanning även när det handlar om framtiden gäller alltså, även om man i sin välvilja markerar att man vill göra allt. Detta fokuserar även en annan aspekt av trovärdigheten: kravet på självkontroll, att vara samlad och stabil. I en kanske kaotisk krissituation gäller i högre grad än annars att ledningen måste

22) Andersson 2001. Se också de Oosting Commissie. Rapport over de vuurwerkcramp in Enschede. Nr 27157. Den Haag 2001.

23) Paul t'Hart betonar även denna aspekt i sitt anförande som refereras i Andersson 2001.

uppvisa lugn och stabilitet för att trovärdighet och förtroende skall befastas.

Kravet på kunskap är givetvis stort och berättigat i en krissituation. Dock finns en risk att man överskattar ledningens kunskap. Som nämnts ovan verkade vissa av de drabbade överskatta räddningspersonalens möjlighet att kunna rädda personer och hejda branden i Göteborg. Förväntningarna på räddningspersonal och ledning i en kris måste alltså stå i rimlig proportion till vad som faktiskt kan göras för att man inte skall bli besviken.

Men kunskapskravet handlar inte bara om att känna till risken eller krisens orsaker och hur man skall förfara för att undvika risker. Det handlar också om att ledningen förväntas veta vilka som skadats och ha ordning på sina register etc. Man vänder sig ju till en krisledning eller en informationscentral bl.a. för att få veta vilka som skadats eller drabbats. Kan man då inte ganska snabbt ge en korrekt bild av läget inverkar detta menligt på trovärdigheten och förtroendet.

Eftersom den emotionella aspekten är så starkt uttalad i en kris blir som en följd av det kraven större än i en vardaglig situation. För den organisation som skall ge information är dessutom möjligheten att få betänketid mindre än till vardags. Kraven höjs alltså på två nivåer. Möjligheten att avstå från att kommentera eller informera föreligger knappast i en kris, vilket accentuerar kravet på extroversion.

De fem centrala trovärdighetsfaktorererna kunskap, karaktär, social kompetens, självkontroll, extroversion står sålunda som de viktiga för en framgångsrik kommunikation i en krissituation. Kraven accentueras dessutom på grund av den emotionella spänningen.

Checklista för trovärdighet

Vad skall man då tänka på som talare/informatör i samband med risk- eller kriskommunikation för att framstå som trovärdig och

värd förtroende i samband med en presentation? Utgående från den begreppsgenomgång som presenterats ovan finns ett antal punkter att beakta. Det är dels sådana som hänför sig till *förberedelserna*, dels sådana som gäller själva *framförandet*. Situationerna kan vara presskonferenser, samtal och föredragningar inför enskilda eller större samlingar med människor, medieframträdanden.

Checklistorna är avsedda för en enskild talare. Om denne enskilde talare är framgångsrik kommer det att gynnsamt påverka hans eller hennes trovärdighet, men *indirekt även den organisation som talaren företräder*. Det finns organisations specifika åtgärder som kan vidtas för att höja en organisations trovärdighet. Dessa är nämnda i resonemangen i föregående avsnitt.

Checklistorna nedan tar hänsyn till faktorn trovärdighet, syftande till att etablera förtroende. De är av allmän karaktär och tar inte hänsyn till olika krav som finns för framträdande i medier eller t.ex. inför en grupp anhöriga efter en katastrof. Kravet på korta, slagkraftiga formuleringar är mera uttalat i medierna, kravet på lyssnande och dialog är väsentligt inför en grupp oroade människor exempelvis. När man talar i medierna kan begreppet *målgruppen* kännas svårdefinierbart.

Den som har studerat retorik känner igen en del av retorikens metod för förberedelse. För att bli en talare som inte bara framstår som trovärdig utan fullfjädrad, rekommenderas ett mera intensivt studium av retoriken.

Checklistorna kan lätt göras hur långa som helst. Blir de alltför omfattande kan de motverka sitt syfte, redan de som finns här kan upplevas som onödigt ingående. Avvägningen är med andra ord delikat. De punkter som nedan presenteras är sammantaget 26, fördelade på en förberedelsefas och en genomförandefas. De är utvalda för att beakta de centrala trovärdighetsfaktorererna och överensstämmer med retorikens grundmodell.

Den första checklistan är formulerad som en regelrätt checklista. Den andra, genomförandefasen, är formulerad som rekommendationer. Formuleras den som en checklista blir den en modell för att kontrollera att man *gjorde* rätt.

Checklistorna kan med fördel användas för att *underlätta bedömningen av en talares trovärdighet*. När man vet vad som fordras för trovärdighet, kan man också lättare bedöma bristerna i en framställning som leder till att man inte känner att talaren har trovärdighet. Samt givetvis vad som kanske gjorde ett (oväntat) starkt intryck och som skapar trovärdighet.²⁴ *Retorisk kunskap är viktig inte bara för talare utan i sanning även för kritiska lyssnare.*

Förberedelser

1. En noggrann målgruppsanalys av auditoriet är gjord, som beaktar stämningssläge, kunskapsläge, förväntningar/farhågor inför mötet. Jag har räknat med att målgruppen inte tänker som jag.
 2. Förberedelserna är anpassade till utfallet av målgruppsanalysen.
 3. Jag är klar över vad *jag* vill ha ut av mötet med målgruppen.
 4. Jag vet vad jag har gemensamt med målgruppen.
 5. Det som är viktigast och nödvändigt att presentera är framsorterat. Det som är viktigt men obekvämt är *inte* bortsorterat.
 6. Framställningen är strukturerad så att en tydlig röd tråd blir synlig. Inledning tar upp det som *mottagarna* anser viktigast, fortlöpande lyfts det som mottagarna är berörda av fram. De skilda perspektiven är tydliga: den egna organisationens, motta-
- garnas, andra tänkbara aktörers perspektiv. Jag räknar med att dialog skall etableras och att frågor kan komma att ställas efter hand när jag lagt upp min struktur.
7. Viktiga formuleringar är nedskrivna, med ord som är begripliga för målgruppen, bilderna är läsbara på långt håll. Jag har övat i förväg.
 8. Sanningshalten i faktauppgifter är kontrollerade.
 9. Genomförd kontroll om andra i organisationen har samma/likartad syn på problemet, och om det finns andra uttalanden tidigare i samma fråga från andra i organisationen. Det finns inga motsägelser i den egna framställningen.
 10. Det finns någon/ingen annan med annan kunskap/erfarenhet som kan nyttjas för (en del av) framställningen.
 11. Kallelsen till mötet är informativ, lockande och skapar förväntningar.
 12. Platsen för mötet är optimal, där finns ljus, luft och förtäring, möjligheterna att ta sig till mötet är goda, tiden är lämplig.
 13. Någon annan har uppdragits att studera utfallet av mötet.
 14. Någon kommer att introducera mig på ett sådant sätt att min kompetens och ställning blir tydliga.
 15. Kläder och utrustning är åtminstone i någon mån anpassade till situation och plats.

Genomförande

1. Markera tydligt vad mötet syftar till.
2. Visa att du anser mötet viktigt för båda parter.

24) I antikens Grekland var de fria männen välskolade i retorik och hade också möjlighet att utöva sin talekonst. I det antika Rom hade man likaledes retoriskt välskolade medborgare; det var mycket populärt att gå i en talarskola. Möjligheterna att utöva talekonsten var däremot mera begränsade. Man kan därför säga att de politiska talarna i det antika Rom hade världshistoriens retoriskt mest välskolade lyssnare.

3. Uppträd lugnt och sansat, men med energi.
4. Visa medkänsla och deltagande.
5. Använd ett begripligt språk, en tydlig struktur och läsbara bilder.
6. Lyssna.
7. Etablera dialog så snart det är lämpligt, men följ din struktur om det inte är uppenbart olämpligt.
8. Tala sanning.
9. Dölj inte obehagliga sanningar.
10. Lova bara det som du kan hålla.
11. Håll tiden.

Fortsatt forskning

Det har antytts i det föregående, men det förtjänar att särskilt påpekas, att språket är undflyende och vagt. När man söker efter den exakta betydelsen av ett ord kommer man snart att finna att det är omöjligt att finna den. Begreppen *tillförlitlighet*, *trovärdighet*, *förtroende* och *tillit* är inte ett semantiskt fält där orden avgränsar och avgränsas av varandra på ett exakt vis. Dessa ord, liksom vardagsspråkets ord i allmänhet, flyter in i varandra, övergångarna sker gradvis, betydelseerna är överlappande. Vill man hitta semantiska fält där orden exakt passar in till varandra får man söka i terminologier som Tekniska Nomenklaturcentralen har producerat. Och knappast ens där finner man de idealiska begreppssamlingarna.

Eftersom trovärdighetsbegreppet är komplext och eftersom det dessutom är ett ord i det flytande vardagsspråket kan man bli uppgiven och anse det alltför komplext för att bearbetas inifrån, åtminstone om man vill arbeta med exakta data. Om man i stället ger sig på begreppet utan att penetrera det och

ställer allmänna frågor om trovärdighet kommer man att få svar som är svåra att tyda. När folk svarar på frågan om de har eller inte har förtroende för den ena eller andra institutionen, vet man ju inte vad de svarar på annat än något slags vagt gillande. SOM-undersökningarnas frågor som rör massmedierna och journalistiken är mera preciserade²⁵ och bör därför kunna ge fördjupade insikter i hur nyttjare uppfattar medierna med avseende på trovärdighet och förtroende.

På motsvarande sätt kan man tänka sig att undersöka i vad mån medborgarnas misstro mot exempelvis politiker och myndigheter beror på minskad grad av öppenhet och härvid betrakta begreppet öppenhet som ett komplext begrepp, som kan stå för såväl kontrollerbarhet, som vilja att verkligen säga allt och inte förtiga sådant som är obehagligt men ändå relevant. Man kan tänka sig att undersöka vad folk i allmänhet anser vara relevant i skilda frågor. Inte minst i risksammanhang har det visat sig, att det som en myndighet anser vara relevant information inte alltid ses som relevant av dem som skall ha nytta av informationen.

Extroversion som en funktion av kommunikationsförmåga har flera gånger diskuterats i det föregående. Ett allmänt intryck är att man för ett par decennier sedan klagade mer över det undflyende och otydliga politikerspråket än vad man gör nu. Stämmer detta allmänna intryck? Har man vant sig och sänkt förväntningarna? Har den allmänna kommunikativa förmågan att såväl producera som ta emot försämrats hos politiker och allmänhet? Eller har den kommunikativa förmågan hos politiker och andra beslutsfattare faktiskt förbättrats? Allt fler har väl gått kurs i hur man skall svara när journalister frågar. Flera journalister har för mig klagat över att politiker

25) Se exempelvis Holmberg och Weibull 1998.

och andra är skickligare än förr på att svara på frågor. Det innebär att det blir svårare för en journalist att kunna avslöja oegentligheter. Är det ett demokratiskt problem att politiker och andra är skickligare på att uttrycka sig och att svara på journalisters frågor? Vilka delar i den kommunikativa förmågan har betydelse när man bedömer den med avseende på trovärdighet? Är det förmågan att uttrycka sig elegant och slagkraftigt? Är det förmågan att tala ett talspråk som åhörarna känner igen som deras eget? Vad får det för konsekvenser för uppfattad trovärdighet att dialekter är acceptabla i etermedierna? Måste talarna bli mera dialektala?

Personifieringen av politiker, som är synlig bl.a. genom att personval förekommer, påverkar hur man uppfattar partiernas trovärdighet. I teveprogrammet Nattöppet, den 4 februari 1999, pläderade EU-parlamentarikern Marit Paulsen för att man skulle släppa fram mer personlig frihet för politikerna och ställa mindre krav på ideologisk trohet och partidisciplin. Personifieringen som understöds av medierna kommer rimligen att främja vissa personlighetstyper. Hur kommer detta att påverka samhällsdebatt och politiskt klimat? Hur kommer det att påverka kravet på kommunikativ förmåga, vad kommer att premieras? Hur kommer i detta sammanhang personer med prestige in och vad är det som ger prestige? Kommer kändisskap att ge platser i politiken och hur påverkar detta politikernas trovärdighet?

Kravet på konsekvens upplevs som mycket väsentligt av myndigheterna, vilket Nohrstedt och Nordlund (1993) ser som överdrivet. Det viktigaste för dem är att informationen upplevs som genuin. I vilka sammanhang är det ett oavvisligt krav att informationen är konsekvent? Hur upplever medborgare den skill-

nad i konsekvens som tar sig uttryck i att företrädare för institutioner inte handlar som de själva rekommenderar, t.ex. när poliser förskingrar eller kör för fort.

Kravet på kunskap är ett viktigt krav för trovärdighet.²⁶ I vilken grad anser folk att institutionerna är tillräckligt kunniga? Hur definierar skilda aktörer begreppet kunskap inom ämnet? Vad är det som politikerna egentligen förväntas kunna när de blir valda till sin post? Ställer medborgare för höga krav på kunskap hos en myndighet eller annan organisation eller har man för låga?

Den sociala kompetensen är en viktig faktor för upplevd trovärdighet. Vi har sett hur viktig den är för att riskkommunikatörer skall kunna komma till tals. Men är verkligen social kompetens viktigare än kunskap? Ungdomarna som intervjuades efter Göteborgsbranden kände sig inte respekterade, de upplevde att myndigheterna inte vill lyssna på dem (Olausson 2000:136). Vilken betydelse har upplevd respekt eller brist på respekt för synen på trovärdighet och förtroende i relation till andra faktorer? Vilka kategorier av medborgare känner sig respektlöst behandlade och hur tog sig denna behandling uttryck?

Är det sant att löftesbrott är det allra största skälet till att folk upplever misstro idag mot politiker, vilket kommunalråden i Vellinge respektive Norberg implicerar?

När är det alldeles nödvändigt att säga hela den relevanta sanningen, och när kan man förtiga den? När är det acceptabelt att vara partisk, och när är det alldeles fel? I samband med EU-omröstningen kritiserades ja-sidan för att ensidigt argumentera för ett medlemskap i EU, vilket sågs som ett trovärdighetsproblem; man visade inte hela sanningen. I själva verket visar analyser av argumenterade artiklar i dagstidningarna att åtminstone

26) Berlo m.fl. (1969) anser att det är den enskilt viktigaste faktorn för trovärdighet.

där var ja-sidan påfallande tvåsidig. Problem med EU behandlas och EU framställs inte som problemfritt. Nej-sidans argumentering var mera renodlat kritisk till EU; det är lätt att hitta artiklar som är ensidigt kritiska (Svensson & Hedquist 1996:85ff).

Kan man vara trovärdig även om man inte vill sina lyssnare väl? Kan man tappa sin trovärdighet just genom att man hela tiden bara vill sina lyssnares väl?

Robert M. Pirsig skriver i den bok som på 1960-talet var en bästsäljare, *Zen and the Art of Motorcycle Maintenance*,²⁷ att för varje fråga man söker besvara med en forskningsinsats kommer man att upptäcka tio nya att besvara. På de närmast föregående sidorna har ett ganska stort antal frågor formulerats. De är alla en följd av den begreppsutredning som behandlar trovärdighet. Frågorna kan lätt göras

många fler. Vissa av dem förtjänar att besvaras, andra kan man kanske ta med ro. Vissa vore intressant att besvara med kvantitativa metoder, andra förtjänar en mera kvalitativ ansats.

Begreppet trovärdighet är ett komplext begrepp och just därigenom fascinerande. Det är inte enkelt att definiera och det är svårt att leva upp till alla krav som kan ställas. Men hur svårdefinierat begreppet trovärdighet än är och hur svårt det än är att leva upp till det, är det ändå en förutsättning för förtroende, inte minst i samband med kommunikation i en krissituation. Och förtroendet är en förutsättning för ett samhälles förmåga att kommunicera med sina medborgare i såväl normala som i störda situationer; det utgör i det perspektivet en av förutsättningarna för det demokratiska samhället.

27) På svenska med titeln Zen och konsten att sköta en motorcykel.

SAMMANFATTNING

Begreppet *trovärdighet* har diskuterats och varit aktuellt i samhällsdebatten sedan urminnes tider. Redan i den antika retoriska traditionen är det centralt. Aristoteles, antikens kanske främste retoriklärare behandlar det ingående under beteckningen *etos*. Etos är tillsammans med *logos* och *patos* de tre sätt med vilka en talare kan påverka en lyssnare. Logos är den sakliga, logiska framställningen, bevisen. Patos är den känslomässiga aspekten; kan man lyckas framkalla starka känslor hos åhörarna kommer detta att påverka deras benägenhet att tro på det som sägs och handla i enlighet därmed. Av de tre påverkansmedlen anser Aristoteles att etos, alltså trovärdigheten, är det viktigaste.

Trovärdigheten hos en talare ligger, liksom skönheten i betraktarens öga, dvs. det är lyssnarna som avgör om en talare framstår som trovärdig. Anser de att han eller hon är det, kan det vara en grund för att anse talaren värd förtroende. Och förtroende är ett nyckelbegrepp i all kommunikation. Ser man till relationen mellan valda och väljare, mellan samhällets institutioner och medborgarna är förtroendet ett nyckelbegrepp i en levande demokrati.

I denna studie penetreras det komplexa begreppet *trovärdighet*. Det är alltså fråga om en begreppsutredning, men här föreslås också vidare forskning inom området och ges en del handfasta råd i konsten att kommunicera så att trovärdigheten stärks. Ansatsen i studien är retorisk, dvs. utgångspunkten är den antika retoriska traditionen. Fokus ligger därför på hur en enskild person talar, men förutsätt-

ningen är hela tiden att denne talare är representant för en organisation. Utifrån resonemanget om en talares trovärdighet finns möjlighet att diskutera förutsättningarna för att en hel organisation, t.ex. en myndighet skall framstå som trovärdig och alltså värd medborgarnas förtroende.

I ett inledande avsnitt diskuteras förutsättningarna för studien och trovärdighetens relation till de närbesläktade begreppen *förtroende* och *tillit*.

I andra avsnittet presenteras de viktigaste faktorerna för trovärdighet. De är: extroversion, självkontroll, kunskap, social kompetens och karaktär. Till dessa läggs ytterligare tre: konsekvens, prestige och identifikation. Vidare diskuteras mottagarens förutsättningar för att uppfatta en talare som trovärdig och hur en talares trovärdighet kan förändras över tid.

- Extroversion står kortfattat för en förmåga och en vilja att kommunicera. Uppfattar mottagarna att talaren inte vill kommunicera och/eller inte kan uttrycka sig begripligt riskerar detta att erodera trovärdigheten.
- Självkontroll innebär att talaren måste agera lugnt och behärskat och visa att han eller hon har kontroll över sig själv och situationen.
- Kunskap är den kanske mest självklara förutsättningen för trovärdighet för en akademiker. All kunskap är emellertid inte akademisk.
- Social kompetens inbegriper förmåga till empati och anpassning.

- Karaktär definieras i rapporten som värdighet, ärlighet, integritet och välvilja. Ärlighet innebär bl.a. att man talar sanning och håller sina löften. Välvilja att man bryr sig om dem som lyssnar lika mycket eller mer än om sig själv.
- Konsistens innebär att man är konsekvent i sitt agerande, lever som man lär, inte säger emot sig själv etc.
- Prestige kan man erhålla på många olika sätt, den kan påverka trovärdigheten, men ses inte som essentiell i den här studien.
- Identifikation innebär att mottagarna uppfattar någon form av likhet mellan sig själv och talaren.

Åtminstone de fem första punkterna måste uppfyllas till någon del för att en talare skall framstå som trovärdig i publikens ögon. Men det finns en övre gräns för varje punkt. Det förbättrar inte trovärdigheten om talaren framstår som en pratmakare, eller är så lugn att han eller hon verkar vara en omänsklig robot, eller har kunskap på hög akademisk nivå som upplevs irrelevant, eller är så empatisk att han eller hon inte vill berätta sanningar som kan verka sårande, eller är okänslig och säger sårande, irrelevanta sanningar.

I det sista avsnittet diskuteras hur man kan transponera de faktorer som påverkar trovärdigheten på individnivå till organisationsnivå. Vidare presenteras en checklista för vad en talare kan tänka på för att framstå som trovärdig, t.ex. i samband med information i en risk- eller en krissituation. Denna checklista kan också användas av en kritisk granskare av information som ges.

Checklistan är egentligen två: vad kan man tänka på inför ett framträdande (förberedelser), och vad kan man tänka på under ett framträdande (genomförande).

Förberedelser

1. En noggrann målgruppsanalys av auditoriet är gjord, som beaktar stämningssläge, kunskapsläge, förväntningar/förhållanden inför mötet. Jag har räknat med att målgruppen inte tänker som jag.
2. Förberedelserna är anpassade till utfallet av målgruppsanalysen.
3. Jag är klar över vad *jag* vill ha ut av mötet med målgruppen.
4. Jag vet vad jag har gemensamt med målgruppen.
5. Det som är viktigast och nödvändigt att presentera är framsorterat. Det som är viktigt men obekvämt är *inte* bortsorterat.
6. Framställningen är strukturerad så att en tydlig röd tråd blir synlig. Inledning tar upp det som *mottagarna* anser viktigast, fortlöpande lyfts det som mottagarna är berörda av fram. De skilda perspektiven är tydliga: den egna organisationens, mottagarnas, andra tänkbara aktörers perspektiv. Jag räknar med att dialog skall etableras och att frågor kan komma att ställas efter hand när jag lagt upp min struktur.
7. Viktiga formuleringar är nedskrivna, med ord som är begripliga för målgruppen, bilderna är läsbara på långt håll. Jag har övat i förväg.
8. Sanningshalten i faktauppgifter är kontrollerade.
9. Genomfört kontroll om andra i organisationen har samma/likartad syn på problemet, och om det finns andra uttalanden tidigare i samma fråga från andra i organisationen. Det finns inga motsägelser i den egna framställningen.
10. Det finns någon/ingen annan med annan kunskap/erfarenhet som kan nyttjas för (en del av) framställningen.

11. Kallelsen till mötet är informativ, lockande och skapar förväntningar.
 12. Platsen för mötet är optimal, där finns ljus, luft och förtäring, möjligheterna att ta sig till mötet är goda, tiden är lämplig.
 13. Någon annan har uppdragits att studera utfallet av mötet.
 14. Någon kommer att introducera mig på ett sådant sätt att min kompetens och ställning blir tydliga.
 15. Kläder och utrustning är åtminstone i någon mån är anpassade till situation och plats.
- Genomförande**
1. Markera tydligt vad mötet syftar till.
 2. Visa att du anser mötet viktigt för båda parter.
 3. Uppträd lugnt och sansat, men med energi.
 4. Visa medkänsla och deltagande.
 5. Använd ett begripligt språk, en tydlig struktur och läsbara bilder.
 6. Lyssna.
 7. Etablera dialog så snart det är lämpligt, men följ din struktur om det inte är uppenbart olämpligt.
 8. Tala sanning.
 9. Dölj inte obehagliga sanningar.
 10. Lova bara det som du kan hålla.
 11. Håll tiden.

CREDIBILITY

A CONDITION FOR TRUST

by Rolf Hedquist*

Summary

From time immemorial, the concept of *credibility* has been discussed and has been an important topic in the public debate. It was central even in the ancient rhetorical tradition. Aristotle, perhaps the foremost teacher of rhetoric in antiquity, deals with it in detail under the designation *ethos*. *Ethos*, along with *logos* and *pathos*, are the three means through which a speaker can influence a listener. *Logos* is the objective, logical account – the evidence. *Pathos* is the emotional aspect; if one can arouse strong feelings in an audience this will affect their inclination to believe what is said and act accordingly. Aristotle felt that, of these three means of influence, *ethos* – that is, credibility – is the most important.

Like beauty, a speaker's credibility is in the eye of the beholder, i.e., listeners decide whether a speaker appears to be credible. If they believe the speaker is credible, this can be a basis for feeling that he or she is worthy of their trust. And trust is a key concept in all communication. If we look at the relationship between the elected and the electorate, between society's institutions and its citizens, it is clear that credibility is a key concept in a thriving democracy.

This study penetrates the complex concept of *credibility*. It addresses, thus, elucidation of a concept, but also proposes further research

in the area and provides some concrete advice in the art of communicating so as to improve credibility. The study's efforts are rhetorical, i.e., its point of departure is the ancient rhetorical tradition. The focus, thus, is on how an individual speaks, but the assumption is always that this speaker represents an organisation. Based on arguments regarding a speaker's credibility, it is possible to discuss the prerequisites for an entire organisation, e.g., a public authority, to appear credible and, thus, worthy of the citizens' trust.

An introductory section discusses the conditions of the study, as well as the relationship of *credibility* to the closely related concepts *trust* and *confidence*.

The second section presents the most important factors for credibility: extroversion, self-control, knowledge, social competence and identification. Moreover, this section discusses the listener's opportunities for perceiving a speaker as credible and how a speaker's credibility can change over time.

- Extroversion stands for an ability and will to communicate. If the listener perceives that the speaker does not wish to communicate or cannot express him- or herself intelligibly, there is a risk that credibility will erode.

*Rolf Hedquist is Senior Lecturer in Nordic languages at Umeå University; his main area of study is rhetoric in theory and practice.

- Self-control implies that the speaker must behave calmly and restrainedly, as well as show that he/she has control over him-/herself and the situation.
- Knowledge is perhaps the most obvious condition for credibility for an academic. All knowledge, however, is not academic.
- Social competence includes the ability to feel empathy and to adapt.
- Character is defined in the report as dignity, honesty, integrity and benevolence. Honesty implies, among other things, that one should speak the truth and keep promises. Benevolence implies that one should care about the listeners as much as or more than oneself.
- Consistency implies that one should be consistent in one's actions, 'practice what one preaches' and not contradict oneself, etc.
- Prestige can be acquired in many ways and can affect credibility; it is not considered essential in this report.
- Identification means that listeners perceive some kind of similarity between themselves and the speaker.

At least the first five points must be fulfilled to some degree if a speaker is to appear credible in the eyes of the audience. Every point, however, has an upper limit. A speaker's credibility is not improved if he/she appears to be a chatterbox, or so calm as to be robot-like, or as having high-level academic knowledge that is perceived as irrelevant, or as so empathetic that he/she avoids the truth, or as so unfeeling that he/she relates hurtful, irrelevant truths.

The final section discusses how one can transpose the factors affecting credibility at the individual level to the organisational level. A checklist is also presented, covering what

a speaker can think about in order to appear credible, e.g., in connection with relaying information in a situation of risk or crisis. A critical examiner of the information given can also use this checklist.

There are two parts to the checklist: first, things to consider before a public appearance (preparation) and, second, things to consider during a public appearance (realisation).

Preparation

1. A careful target-group analysis of the audience is complete. It concerns the atmosphere, listeners' knowledge of the situation, expectations/apprehensions prior to the meeting. I assume that the target group does not think like I do.
2. My preparation is adapted to the outcome of the target-group analysis.
3. I know what I want to get out of the meeting with the target group.
4. I know what I have in common with the target group.
5. That which is most important and necessary to present is highlighted. That which is important but awkward is *not* downgraded.
6. The presentation is structured such that there is a clear main thread. The introduction addresses what the listeners find most important; what concerns them is continuously emphasised. The different perspectives are clear: your organisation's, the *listeners'*, and those of other possible actors. I assume that a dialog will be established and that, when I have presented my structure, questions will be posed as they come up.
7. Important phrases are written down, using words that the target group will under-

stand. The pictures are readable from a distance. I have practised in advance.

8. The veracity of all factual information is checked.
9. I have checked whether others in the organisation have the same/similar view on the problem and whether other organisations have previously made statements on this issue. There are no contradictions in my presentation.
10. There is someone/no one else with relevant knowledge/experience who can be of use in (part of) the presentation.
11. The notice to attend the meeting is informative, attractive and creates expectations.
12. The meeting location is optimal; there is sufficient light, ventilation and refreshments; chances to attend the meeting are good; the time of the meeting is appropriate.
13. Another party is commissioned to study the outcome of the meeting.

14. Someone will introduce me in such a way that my competence and position are clear.

15. Clothes and equipment are at least in some respects suited to the situation and location.

Realisation

1. Indicate clearly the purpose of the meeting.
2. Show that I feel the meeting is important to both parties.
3. Perform calmly and collectedly, but with energy.
4. Show empathy and co-operation.
5. Use intelligible language, a clear structure and readable pictures.
6. Listen.
7. Establish a dialogue at the earliest suitable time, but follow my structure unless it proves obviously inappropriate.
8. Speak the truth.

REFERENSER

- Ahlin, Per (1998): "Vem ska bombas till vad i Kosovo?" DN, 23/1 1999.
- Ahrenfeldt, Bo (1995): *Förändring som tillstånd. Att leda förändrings- och utvecklingsarbete i företag och organisation*. Studentlitteratur. Lund.
- Andersson, Christina (2001): "Ledarskap vid svåra kriser." *Beredskap*, 2/2001. Överstyrelsen för civil beredskap. Stockholm.
- Aristoteles: *Rhetorica*. I: *The Complete works of Aristotle*. The revised Oxford translation. Edited by J. Barnes. Princeton University Press 1995.
- Arvidson, Peter (1977): *Trovärdighet hos massmedier*. Meddelande nr 81. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Arvidson, Peter (1980): *Trovärdighet och förtroende, tillförlitlighet och tillit. Ett försök att empiriskt mäta fyra specifika trovärdighetsbegrepp*. Meddelande nr 103. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Arvidson, Peter (1981): *Tror vi på våra massmedier? Ett försök att finna nya vägar att mäta förtroendet för och trovärdigheten hos våra massmedier*. Meddelande nr 109. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Arvidson, Peter (1998): *Åsjäveln biter tillbaka. Lokalbefolkningens upplevelse av händelserna vid tunnelbygget genom Hallandsåsen*. Rapport 175:2. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- de Bens, Els (1973): *De Belgische dagbladpers onder Duitse censuur (1940-1944)*. Uitgeverij de Nederlandsche Boekhandel. Antwerpen/Utrecht.
- Berlo, D.K, m fl (1969): "Dimensions for evaluating the acceptability of message sources." *Public Opinion Quarterly*, 33: 563-76.
- Burgoon, M, m fl (1994): *Human Communication*. Sage. London.
- Corbett, E.P.J (1990): *Classical Rhetoric for the Modern Student*. Oxford University Press.
- Doctrine for Joint Psychological Operations*. Joint Pub 3-53. 10 July 1996. Joint Chief of Staff.
- Edwards, John (1985): *Language, Society and Identity*. Basil Blackwell. Oxford.
- Eriksson, Gunnar & Svensson, Lena (1986): *Vetenskapen i underlandet. Två studier av populärvetenskap*. Norstedts. Stockholm.
- Erikson, Peter W (1992): *Planerad kommunikation – om kommunikation som konkurrensmedel*. Liber-Hermods. Malmö.
- Feldt, Kjell-Olof (1999): "Doktrinerna och verkligheten." DN, 27/1 1999.
- Flodin, Bertil (1993): *Myndigheters kriskommunikation. En kunskapsöversikt*. Rapport nr 163:2. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Fredriksson, Gunnar (1966): (första upplagan 1962) *Det politiska språket*. Bo Cavefors.

- Frey, Frederick W (1973): *"Communication and Development."* I: I. de Sola Pool et al. *Handbook of Communication*. Rand Mc Nally College Publishing Company. Chicago.
- Friborg, Charlotta (1998): *"Dansk regering i förtroendekris."* DN, 22/12 1998.
- Grice, H.P (1975): (Publicerat första gången 1965) *"Logic and Conversation."* I: Cole, P. & Morgan, J.L. (eds.) *Syntax and semantics 3. Speech acts*. Academic Press. New York.
- Habermas, Jürgen (1980): *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt.
- Hance, B.J, m fl (1991): *Improving Dialogue with Communities. A Risk Communication Manual for Government*. New Jersey Dept. of Environmental Protection and Energy.
- Harnish, R.M (1976): *"Logical Form and Implicature."* I: Bever, T.G. Katz, J.J. & Langendoen, D.T. *An Integrated Theory of Linguistic Ability*. Thomas Y. Crowell. New York pp 313-92.
- Hedquist, Rolf (1979): *Vetenskaplig kommunikation. En problemöversikt*. Umeå Papers in Scientific Communication No 2. Umeå universitet.
- Hedquist, Rolf (1981): *Språklig kommunikation med förbehåll. En studie i det politiska språkets pragmatik*. Acta Universitatis Umensis 41. Almqvist & Wiksell International. Stockholm.
- Hedquist, Rolf (1998a): *"Den nya muntligheten. Retorikens plats i informationssamhället. I: Form, innehåll, effekt. Stilistiska och retoriska studier tillägnade Peter Cassirer på 65-årsdagen*. Institutionen för svenska språket. Göteborgs universitet.
- Hedquist, Rolf (1998b): *Public Communication Centre in Kambarka. Recommendations for Organisation and Methods of Working*. FOA-R-97-000598-862-SE. FOA Umeå.
- Hedquist, Rolf (2001): *"Ethos a Rhetorical Key Concept, and a Key Concept for a Successful Risk Communication"*. I: Puu, Gertrud. *Seventh International Symposium on Protection against Chemical and Biological Warfare Agents. Proceedings*. Stockholm 15-19 June 2001. FOI. Umeå.
- Hermerén, Göran (1978): *Trovärdighetsbrister. Några begrepps- och klassifikationsproblem inom trovärdighetsforskningen*. Rapport nr 90. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Hjorth, Christer, m fl (1983): *Förklara forskning för fler*. Liber. Stockholm.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (1998): *"Förskingrat förtroende."* I: Holmberg, S. & Weibull, L. (red.) *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. Göteborgs universitet.
- Hård af Segerstad, Peder (1979): *"Förståelse som informationsbehandling."* Rapport från IV Nordiska konferensen för Masskommunikationsforskning. Umeå.
- Isaksson, Anders (1998): *"Självomål eller förnyelse?"* DI, 4/9 1998.
- Jowett, Garth S. & O'Donnell, Victoria (1992): *Propaganda and Persuasion*. Sage. London.
- Kasperson, Roger E, m fl (1992): *"Social distrust in siting hazardous facilities."* Journal of Social Issues, 48 no 4: 161-87.
- Lundqvist, Lennart J (1998): *"Tättningsmedlet som spräckte fasaden."* SvD, 14/2 1998.
- Lindensjö, Bo (1991): *"'Smutsiga händer' eller 'Lögnens' roll i politiken."* I: Politik, etik. Skytteanska samfundets symposieserie A:4. Umeå.
- Långsved, Göran & Stenhammar, Olof (1999): *"Rensa upp i IOK. Ledarna för Stockholms OS-kampanj kräver ny ansökningsmodell."* DN, 27/1 1999.

- Mellin, Lena (1998): *"Botten, politiker."* AB, 3/11 1998.
- Nohrstedt, Stig Arne & Nordlund, Roland (1993): *Medier i kris. En forskningsöversikt över mediernas roll vid kriser. Rapport nr 163:4.* Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Nordlund, Roland (1996): *"Hot och risk i tid och rum."* I: *Försvarsvilja 2000 – en antologi.* Meddelande nr 139, s. 22-28. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Norlin, Margareta (1994): *Baklängesrevolutionen.* Ordfront. Stockholm.
- Nowak, Kjell & Wärneryd, Karl-Erik (1972): *Kommunikation och påverkan. En bok om målinriktad masskommunikation.* Prisma. Stockholm.
- Olausson, Ulrika (1998): *"Ungdomarna i Göteborg berättar om branden."* I: Larsson, Larsåke & Nohrstedt, Stig Arne (red.) *Göteborgsbranden 1998. En studie om kommunikation, rykten och förtroende.* Rapport 179. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- de Oosting Commissie (2001): *Rapport over de vuurwerkramp in Enschede.* Nr 27157. Den Haag.
- Palm, Lars (1998): *Hallandsåstunneln som tvistefråga, kris och förtroendeproblem.* Rapport 175:3. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Pettersson, Kenth & Wennemo, Irene (1998): *"Förklara sveket, Åsbrink! Tung kritik mot regeringen: Finansministern måste redovisa varför löftet om dagistaxorna släpptes."* DN, 15/10 1998.
- Rempel, J, m fl (1985): *"Trust in Social Relationships."* Journal of Personality and Social Psychology, 49:95-112.
- Rydberg, Lennart (1998): *"Ny elitgrupp föraktar demokratisystemet. Välaavlönade tar avstånd från politiken, visar ny studie."* DN, 16/12 1998.
- Rydstedt, Rudolf (1993): *Retorik.* Lund.
- Strandberg, Helena & Thelander, Åsa (1998): *Miljöhot och medborgaroro – en rapport från Hallandsåsen hösten 1997.* Rapport 175:1. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Sandell, Rolf (1977): *Linguistic Style and Persuasion.* European Monographs in Social Psychology Nr. 11. Academic Press. London.
- Seven Cardinal Rules of Risk Communication* (May 1992): United States Environmental Protection Agency, Washington DC.
- Sjöberg, Lennart (1980): *"The risk of risk analysis."* Acta Psychologica, 45. 301-21.
- Sjöberg, Lennart (1995): *"Oro och riskuppfattning."* I: Svensson, Lars Erik (red.) *Diffusa risker.* Forskningsrådsnämnden och Riskkollegiet. Stockholm.
- Slovic, P, m fl (1991): *"Perceived Risk, trust, and nuclear Waste. Lessons from Yucca Mountains."* Environment 33:6-30.
- Sundström-Frisk, Carin (1995): *"Kommunikation om mer eller mindre diffusa risker."* I: Svensson, Lars Erik (red.) *Diffusa risker.* Forskningsrådsnämnden och Riskkollegiet. Stockholm.
- Svensson, Jan (1993): *Språk och offentlighet.* Lund.
- Svensson, Jan (1995): *"Den diskursiva texten."* I: Holmberg, Claes-Göran & Svensson, Jan (red.) *Medietexter och medietolkningar.* Nya Doxa. Nora.

- Svensson, Jan & Hedquist, Rolf (1996): *Den problematiska informationen. Dagspressens bevakning av EU-frågan inför folkomröstningen*. Rapport 169-4. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Sylvén, Sune (1998): "Katastrofen nära för IOK." SvD, 14/12 1998.
- Tyler, T (1989): "The psychology of procedural justice. A test of the group-value model." *Journal of Personality and Social Psychology* 57:380-83.
- Wardhaugh, Ronald (1991): *How Conversation Works*. Basil Blackwell. Oxford.
- Weibull, Lennart & Börjesson, Britt (1990): "Förtroende för elva svenska samhällsinstitutioner." I: Holmberg, S & Weibull, L. *Medier och opinion i Sverige. SOM-undersökningen 1989*. SOM-rapport nr 5. Göteborgs universitet.
- Österman, Torsten (1981): *Förtroendet för politiker. En rapport från FSI om allmänhetens attityder till politiker åren 1973-1980*. Meddelande nr. 107. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm.
- Österman, Torsten (1999): *Förtroende. Några exempel på iakttagelser från en pilotstudie*. Meddelande nr. 148. Styrelsen för psykologiskt försvar. Stockholm.

SPFs SENASTE RAPPORTER

- 181 **Pettersson, Rune:** *Bildmanipulering*. Stockholm 2001.
- 180 **Pettersson, Rune:** *Trovärdiga bilder*. Stockholm 2001.
- 179 **Larsson, Larsåke & Nohrstedt, Stig Arne (Red.):** *Göteborgsbranden 1998*. En studie om kommunikation, rykten och förtroende. Stockholm 2000.
- 178 **Ghersetti, Marina & Hvitfelt, Håkan:** *Slutet på sagan: Prinsessan Dianas död i press, radio och tv*. Stockholm 2000.
- 177 **Leth, Göran & Thurén, Torsten:** *Källkritik för Internet*. Stockholm 2000.
- 176 **Nordström, Gert Z & Åstrand, Anders:** *Från löpsedel till webb: En studie av den iscensatta nyheten i papperstidningen*. Stockholm 1999.
- 175:1 **Sandberg, Helena & Thelander, Åsa:** *Miljöhot och medborgaroro: En rapport om Hallandsåsen hösten 1997*. Stockholm 1998.
- 175:2 **Arvidson, Peter:** *Åsjäveln biter tillbaka: Lokalbefolkningens upplevelse av händelserna vid tunnelbygget kring Hallandsåsen*. Stockholm 1998.
- 175:3 **Palm, Lars:** *Hallandsåstunneln som tvistefråga, kris och förtroendeproblem*. Stockholm 1998.
- 175:4 **Dahlgrén, Peter, Carlsson, Gunilla & Uhlin, Lars:** *Mediernas bevakning av händelserna vid Hallandsåsen hösten 1997*. Stockholm 1998.

SPFs SENASTE MEDDELANDE

- 160 **Bennulf, Martin:** *Nya hot och risker. Opinion 2001. Den svenska allmänhetens syn på samhället, säkerhetspolitiken och försvaret.* Stockholm 2001.
- 159 **Palm, Lars & Nilsson, Anna:** *Föreställningen började innan publiken anlät: En analys av regeringens folkbildningsinsats om EMU.* Stockholm 2001.
- 158 **Norling, Anna:** *Olycksplats Borlänge bangård.* Stockholm 2001.
- 157 **Malešič, Marjan:** *Peace Support Operations, Mass Media, and the Public in former Yugoslavia.* Stockholm 2000.
- 156 **Stütz, Göran:** *Opinion 2000. Den svenska allmänhetens syn på samhället, säkerhetspolitiken och försvaret.* Stockholm 2000.
- 155 **Åkerström, Marja:** *Sanning eller konsekvens? Argument och perspektiv i mediedebatten under 1998 och 1999 om den svenska underrättelse- och säkerhetstjänstens personalkontroller.* Stockholm 2000.
- 154 *Nyhetsbilder–etik–påverkan: En antologi.* Stockholm 2000.
- 153 **Nydén, Michael:** *Myndigheter, Internet och integritet.* Stockholm 2000.



TROVÄRDIGHET- EN FÖRUTSÄTTNING FÖR FÖRTROENDE

Denna studie har ambitionen att utreda det komplexa begreppet trovärdighet, som är en förutsättning för förtroende, föreslå vidare forskning inom området förtroende, trovärdighet, risk- och kriskommunikation, samt inte minst viktigt, ge en del ganska handfasta råd i konsten att kommunicera så att trovärdigheten stärks.

Rolf Hedquist, docent i nordiska språk vid Umeå universitet med retorik i teori och praktik som huvudområde.